

Заседание четвёртое.
Председатель – Ю.П. Дусь
Секретарь – Г.Д. Боуш

Проблематизация: Актуальные направления повышения инновационности региональных экономик.

Вступительное слово Дусь Ю.П.: Уважаемые коллеги! Мы начинаем четвертое заседание семинара, на котором заслушаем доклады омских участников семинара без обсуждения.

Приглашаю Константина Ивановича Грасмика.

К.И. Грасмик

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Теория инновационной системы приводит к выводу, что инновационная активность предприятий имеет территориальную доминанту. Пространственная близость облегчает взаимодействие компаний, ускоряет потоки информации, трансфер технологий, позволяет добиться выгод от кооперативного взаимодействия предприятий с органами власти и местным сообществом. Поэтому необходимость повышения инновационной активности в экономике России, столь активно декларируемая на всех уровнях власти, требует самого широкого и *мотивированного* участия регионов.

По нашему мнению, разработанность темы инноваций на региональном уровне в мировой научной литературе весьма значительна. Достаточно привести работы таких иностранных авторов, как Balzat M., Birang A.M., Choo C. W., Etzkovitz H., Goh A., Gulbrandsen M., Hapush H. и др., а также российских учёных, прежде всего Валентя С., Гохберга Л., Глазьева С., Голиченко О., Гуркова И., Дагаева А., Дынкина А., Дежиной И. и многих других. Однако в российской научной литературе недостаточно внимания уделяется анализу инновационной деятельности на региональном уровне; имеющиеся исследования затрагивают вопросы конкурентоспособности предприятий в целом, без прояснения влияния роли администраций регионов. Кроме того, недостаточно работ, в которых бы применялись методы статистического анализа, как более строгие в научном отношении. В итоге предложения по стимулированию инноваций не носят достаточно обоснованный характер.

С целью проведения углублённого анализа инновационной деятельности в России мы воспользовались региональной статистикой, прежде всего материалами Росстата, а также Института общественного проектирования (www.inor.ru). Был собран довольно обширный массив информации, отражающий различные характеристики функционирования регионов: экономические, социальные, политические, – за 2000–2007 гг. Поскольку по некоторым территориям нет статистических данных за рассматриваемый период (например, по Чеченской республике, Чукотскому а.о.), на протяжении последних лет было осуществлено объединение нескольких субъектов Федерации, мы исключили из анализа следующие регионы: Чеченскую республику, Коми-Пермяцкий автономный округ, Агинский Бурятский а.о., Таймырский (Долгано-Ненецкий) а.о., Эвенкийский а.о., Усть-Ордынский Бурятский а.о., Корякский а.о., Чукотский а.о.

Инновации на региональном уровне характеризуются крайне высокой волатильностью. Так, коэффициент вариации доли инновационной продукции в отгруженной¹ составил в 2000 г. 1,32, в 2005 г. – 1,65, в 2006 г. – 1,6. В принципе системность поддержки инноваций на региональном уровне должна вести к уменьшению волатильности соответствующих показателей. Рассчитав коэффициент вариации, мы пришли к выводу, что в нашей стране самыми стабильными регионами в этом плане могут считаться Республика Татарстан (0,156), Саратовская обл. (0,134), Липецкая обл. (0,146), Смоленская область (0,109). Если же мы рассчитаем среднюю долю инновационной продукции в ВРП и используем в расчётах, то результат несколько вырастет: –0,33 – но принципиально не изменится². Это позволяет прийти к выводу, что постоянство поддержки инноваций в регионе в конце концов приводит и к росту инновационной активности местных предприятий. Иначе говоря, происходит накопление социального капитала; растёт степень доверия между участниками инновационного процесса. Добавим, что t-тест для коэффициента корреляции показал: оба коэффициента значимы при 5 и 1% уровнях значимости.

Можно наблюдать довольно чёткую положительную связь между размером ВРП и величиной доли предприятий, осуществляющих

¹ Коэффициент вариации исчисляется как отношение стандартного отклонения к средней арифметической.

² Из расчёта были исключены Ненецкий а.о., Ингушетия, Калмыкия и Тыва, поскольку по данным территориям невозможно было рассчитать коэффициент вариации.

технологические инновации. Расчёт был произведён по годам для периода 1999-2006 гг. Результаты показали, что значение корреляции колеблется в интервале 0,13-0,32 и имеет тенденцию к снижению. Так, в 2004 г. значение коэффициента корреляции составляло 0,3, в 2006 г. – 0,21; коэффициенты, по крайней мере, для уровня 5%, значимы практически всегда. Это даёт основание выдвинуть следующие гипотезы:

– Размер региональной экономики означает и более высокий уровень спроса, а значит, даёт больше шансов для успешных инноваций;

– Чем больше экономика региона, тем больше предприятий она в себя включает, тем соответственно больше уровень конкуренции, больше потенциал для создания кластеров.

Оценить наличие кластерных взаимосвязей на региональном уровне (приблизительно) можно посредством сопоставления доли отгруженной инновационной продукции в ВРП и затрат на разработки к ВРП. Следует использовать именно относительные показатели, поскольку при расчёте на основе абсолютных сильная связь будет возникать автоматически ввиду разного размера российских регионов. Результаты подтверждают наличие положительной связи: коэффициент корреляции равен 0,3 в 2005 г. и 0,38 в 2006 г. и значим для уровня 1%. Отметим, что в предыдущие годы корреляция была довольно низкой. Также мы сопоставили долю инновационной продукции в ВРП (среднее значение за 2000-2006 гг.)³ и среднее количество созданных передовых производственных технологий в регионе (среднее значение за 2000-2006 гг.)⁴. Мы исходили из того, что технология создаётся прежде всего для предприятий данного региона, как правило, силами самого предприятия или при его участии. Коэффициент корреляции в этом случае равен 0,21 – связь положительная, но не значимая даже при уровне 5%. Однако когда из рассмотрения были исключены гг. Москва и Санкт-Петербург – интеллектуальные доноры страны (в Мо-

³ Взято именно среднее, поскольку количество создаваемых технологий существенно варьирует по годам практически во всех регионах.

⁴ По причине отсутствия данных о количестве созданных передовых производственных технологиях из рассмотрения были исключены следующие регионы: Ивановская область, Липецкая область, Ингушетия, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Северная Осетия-Алания, Республика Алтай, Бурятия, Тыва, Хакасия. Итого в выборке остался 71 регион.

ске, к примеру, в среднем в год создаётся 131 передовая технология), корреляция резко выросла – до 0,49 – и стала значимой при 1%.

Важнейшим компонентом инновационной активности традиционно считаются затраты на исследования и разработки. Нами был вычислен коэффициент корреляции между долей инновационно-активных предприятий и долей различных видов исследовательских работ в общем объёме исследований (фундаментальных, прикладных и разработок) за 2000-2006 гг. Расчёты показывают, что зависимость между долей фундаментальных исследований и долей инновационно-активных предприятий является отрицательной: -0,28 в 2003 г., -0,4 – в 2006 г. То же самое – применительно к прикладным исследованиям, хотя связь здесь слабее: -0,17 в 2000 г., -0,14 – в 2003 г., -0,06 – в 2006 г. Таким образом, наблюдается ослабление отрицательной зависимости; можно допустить, что прикладные исследования становятся более практически ориентированными, отвечая своему названию. Наконец, связь между долей разработок и инновационной активностью является положительной: в 2001 г. корреляция равна 0,18, в 2003 г. 0,31, в 2006 г. уже 0,38. Таким образом, разработки учёных становятся теснее связанными с потребностями экономики, однако отрицательная корреляция, на наш взгляд, позволяет говорить о нестратегическом характере вложений в фундаментальные исследования: научные исследования в стране, по сути, продолжают базироваться на советском заделе. Возможно, это обусловлено запретом региональным властям на финансирование фундаментальной науки. Во многом данная мысль подтверждается тем, что наукоёмкость региона (измеряемая как отношение величины затрат на исследования и разработки к ВРП) положительно связана только с долей разработок в исследованиях, которые, скорее всего, в значительной степени финансируются компаниями.

На инновационную активность, безусловно, оказывает влияние степень конкурентности среды, отсутствие “отношений обмена” между некоторыми предприятиями и местными властями. Институтом общественного проектирования (далее – ИНОП) в 2006-2007 гг. было проведено исследование российской элиты. Среди прочего затрагивались вопросы влияния губернаторов на ряд составляющих политики в регионе: влияние на избирательные, экономические процессы, конфликты в регионе, на СМИ, на расстановку кадров, на процесс принятия решений, на силовые структуры, на деятельность общественных организаций, а также оценивался общий уровень политического влияния в регионе. Всего в исследовании участвовало 32 региона; нами

было вычислено среднее значение инновационной активности в регионе за 2005-2007 гг. и сопоставлено с каждым из показателей. Результаты закономерны: чем выше роль губернатора, тем ниже доля промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации! Особенно сильна отрицательная зависимость, если губернатор может активно воздействовать на расстановку кадров (-0,6), что, видимо, обусловлено тем, что заинтересованные группы отстранены от влияния на данную сторону управления; может, подбором кадров по принципу личного доверия, а не квалификации), на процесс принятия решений (-0,54). Возможно, это обусловлено тем, что сосредоточенность власти в одних руках сковывает инициативу подчинённых, повышает риски инноваций для предприятий – ведь инновация может иметь негативные социальные последствия. Также последствия отрицательны, если губернатор может существенно влиять на процесс принятия экономических решений (-0,5). В частности, известно, что местные власти, скованные нехваткой собственных ресурсов, широко применяют механизмы квазиалоговых сборов и принудительного спонсорства в отношении предприятий⁵. Влияние губернаторов в других сферах сказывается несколько меньше на инновационной активности, но характер этого влияния также объясним. Если губернатор, скажем, может воздействовать на избирательные процессы и СМИ, то это приводит к доминированию одной партии, отсутствию широких дискуссий внутри региональной элиты, отстранению местных бизнесменов от влияния на экономический курс. Таким образом, собственную власть губернаторы чаще используют для обеспечения сохранения собственных позиций, для укрепления авторитета перед федеральным центром, что логично в условиях сильной централизации власти в России, чем на стимулирование роста экономики региона.

Таким образом, инновационная активность российских компаний может быть повышена, если активизировать роль регионов. В частности, необходимо продолжить политику по укреплению регионов, повышению конкурентности политической среды внутри субъектов Федерации.

Г.Д. Боуш, Д.И. Мадгазин

⁵ Т.н. механизмы “дофинансирования территории”. Подробнее см. Курбатова М., Левин С. Деформализация правил взаимодействия государства и бизнеса // Вопросы экономики. – 2005. – №10. – С. 119-131.

РОЛЬ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА К ПОВЫШЕНИЮ ИННОВАЦИОННОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК

В настоящее время во многих зарубежных странах для повышения инновационности хозяйствующих субъектов, отраслей, регионов и стран используется кластерный подход. Попытки создать кластеры предприятий начали предпринимать и российские регионы. Однако для того, чтобы данный подход к социально-экономическому развитию стал действенным инструментом управления им, следует, очевидно, всесторонне изучить кластерный феномен в экономике.

Классическое определение кластера принадлежит основателю кластерного подхода к изучению конкурентоспособности стран, регионов и отдельных компаний Майклу Портеру: «кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, функционирующих в определённой сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга»⁶. Но сегодня он даёт и более конкретное определение: «кластер – сконцентрированная на определённой территории группа взаимосвязанных между собой компаний, специализированных поставщиков, фирм в смежных отраслях, ассоциированных институтов (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых ассоциаций) в определённой сфере, которым присущи конкуренция и кооперация»⁷. Важными характеристиками, выделяемыми данными определениями, являются: 1) пространственное расположение, 2) состав участников, а также 3) характер взаимосвязей внутри кластера. Все эти характеристики оказывают воздействие на инновационность кластерных образований.

Пространственное расположение воспринимается как концентрация участников кластера на определённой территории, то есть наличие у него географических границ. *Состав кластеров* трактуется достаточно широко, включает в себя множество разнообразных институциональных единиц. *Характер взаимосвязей* внутри кластеров обуславливается наличием отношений конкуренции и кооперации.

Итак, кластер – это концентрация взаимосвязанных экономических субъектов, в которой большое значение имеет характер связей

⁶ Портер М.Е. Конкуренция. – М.: ИД «Вильямс», 2005. – С.258.

⁷ Falck O., Heblich S. Dynamic clusters // Empirical Economics Universität Erlangen-Nürnberg.– <http://www.lsw.wiso.uni-erlangen.de>.

между участниками, а также их пространственное расположение. Понятие кластера предприятий тесно переплетается с такими понятиями как «сети», «национальные и региональные системы инноваций», «triple helix», «технопарки», «технополисы» и другие.

Анализ показывает, что имеющиеся различия между ними обуславливаются причинами, связанными с естественной дифференциацией механизмов функционирования указанных структур:

1) кластеры обладают рядом признаков сетевых структур, но взаимосвязи в них строятся на более неформальной основе по сравнению с классическими сетевыми образованиями;

2) кластеры являются важным и в большинстве случаев ключевым элементом инновационных систем различных уровней, что подчеркивает значимость кластеризации региональных экономик для улучшения инновационной активности;

3) кластеры формируются на основе взаимосвязей в рамках своеобразного треугольника «государственная власть—бизнес—исследовательское сообщество»;

4) кластеры возникают и развиваются в немалой степени благодаря неформальным контактам между их участниками, характер этого взаимодействия определяется социально-культурными особенностями отдельных территорий.

У кластеров предприятий в настоящее время выделяется огромное количество различных свойств. Озвучим позицию Арне Исаксена, который, как нам представляется, обобщил мнение большинства специалистов относительно ключевых особенностей кластеров⁸:

а) кластеры представляют собой концентрацию фирм в определённых секторах или конкретной местности, располагаются главным образом в относительно маленьких географических областях, которые имеют большее количество рабочих мест в одном или нескольких смежных секторах в сравнении со средними показателями по стране;

б) кластеры содержат несколько компаний (часто малого и среднего размера) в преобладающих отраслях;

в) фирмы кластера образуют между собой сети взаимосвязей, которые состоят из посредников и (или) горизонтальных связей на одном и том же уровне производственной цепочки, то есть они действуют как большой производственный сегмент;

⁸ Isaksen A. Regional clusters and competitiveness: the Norwegian case // Center for Digital Discourse and Culture.— <http://www2.cddc.vt.edu>.

г) фирмы кластера используют гибкие производственные методы, что означает наличие у них оборудования и персонала, которые могут быть адаптированы в случае изменения условий взаимодействия с посредниками, в производственном процессе и т.д.;

д) деятельность в кластерах часто бывает обусловлена специфическими особенностями социальных и культурных условий определённого местоположения – это способствует созданию положительного отношения среди местного населения и обеспечивает устойчивость взаимодействия между менеджерами отдельных компаний с подчинёнными и друг с другом;

е) в некоторых кластерах существуют специальные региональные системы развития инноваций: имеет место кооперация фирм в этой области, что поддерживается взаимным доверием и прочными связями; инновационная деятельность и процесс обучения происходят внутри формальных образований, таких как промышленные, технологические, обучающие центры – это способствует обновлению продукции кластеров.

Важным моментом в понимании феномена экономических кластеров является определение условий их зарождения и успешного развития, которые способствуют возникновению определенных черт во взаимоотношениях между отдельными предприятиями и компаниями, что и приводит в итоге к возникновению такого специфического образования как кластер и в значительной степени определяют их способность к генерированию и внедрению новаций.

Итальянский исследователь Руллани в процессе анализа кластеров выделяет три основных условия, благоприятствующие развитию кластера⁹:

1) *почва*, на которой произрастают деревья, должна быть плодородной, то есть должны быть обеспечены соответствующие условия для засева «семенами» технологий и «ноу-хау», а также достаточное количество трудовых и других типов ресурсов;

2) *роща или лес* должны находиться в экологически чистой среде, то есть должны быть в наличии и готовы к эффективной работе такие необходимые механизмы для применения и использования соот-

⁹ Bisso R. Clusters and development strategies: reflections for a developing country's SME policy // Latin American network information center. – <http://www.lanic.utexas.edu>. Понимание необходимых для зарождения кластеров условий нами несколько расширено.

ветствующих технологий как технические центры, институты сферы образования и другие составляющие;

3) *экологические условия* должны обеспечивать возможности существования различных представителей флоры и фауны, то есть в настоящем кластере появляются специализированные поставщики, присутствуют фирмы, которые постоянно пробуют что-то новое, экспериментируют, что находит своё отражение в новых технологиях, инновационной деятельности, выходе на новые рынки, создании новых продуктов и так далее.

Действительно, вышеперечисленные качества выступают важнейшими условиями появления и дальнейшего существования кластера. Результат же в виде нового кластера будет достигнут, если в наличии также имеются четыре критических характеристики участников потенциального кластера, выделенных К. Кетелсом¹⁰:

а) *географическая близость*, которая способствует получению выгод и взаимному обмену ресурсами и достижениями;

б) *связи*, так как только наличие единой цели позволяет в полной мере использовать преимущества близкого расположения;

в) *взаимодействие*, так как просто соседствующее местонахождение и деятельность в рамках общих целевых ориентиров являются недостаточными для создания и развития кластера;

г) *критическая масса*, так как необходимо определённое количество участников для того, чтобы позитивные эффекты первых трёх элементов имели значимое влияние на деятельность составляющих кластера.

Структура типичного экономического кластера включает в себя компании, исследовательское сообщество, финансовые институты, правительственные структуры и институты взаимодействия.

Зарождение кластера не означает автоматического перехода его к стадии развития. По мнению М. Портера, на этом пути может возникнуть большое количество преград. И здесь существенное значение имеет политика правительства того региона или территории, на которой осуществляют свою деятельность участники кластерных структур. Важно также не допустить, чтобы сильнейшие участники местного рынка диктовали свои условия и тем самым ограничивали конкуренцию. В противном случае кластер будет сформирован таким образом,

¹⁰ Ketels C. European clusters // Harvard Business School – Institute for strategy and competitiveness.– <http://www.isc.hbs.edu>.

что, несмотря на формальное соответствие некоторым характеристикам данного понятия, фирмы кластера не смогут обладать какими-либо существенными конкурентными преимуществами, поскольку будет заблокировано необходимое поступательное движение элементов кластера в направлении повышения производительности, стимулирования инноваций и тесного сотрудничества между членами кластера. Иными словами, особенно важную роль на стадии развития играет регулирование деятельности внутри кластера и поддержка со стороны правительственных органов, выражающаяся в мероприятиях, направленных на улучшение отдельных компонентов кластера.

Кластеры могут сохранять, дополнять и развивать достигнутые конкурентные преимущества в течение длительного времени: до нескольких десятков лет – всё зависит от того, насколько существенное влияние оказывают факторы или причины, которые могут явиться угрозой дальнейшего развития и существования кластера. Можно выделить две группы такого рода причин: эндогенные и экзогенные.

Эндогенные причины или факторы локализации представлены главным образом отсутствием гибкого и адекватного законодательства, чрезмерной консолидацией, выливающейся в ограничении конкуренции, а также неспособностью институтов образования своевременно реагировать и полностью соответствовать самым современным тенденциям и требованиям. Жёсткость внутри кластера, выражающаяся, например, в правительственных мерах, ведущих к ограничению конкуренции, значительно уменьшает возможности развития и поддержания конкурентных преимуществ кластера.

К *экзогенным причинам* замедления развития или окончательного упадка кластеров относятся факторы, связанные с расширением кластера или появлением проблем во внешнем окружении. В этом вопросе самым серьёзным является сфера технологических аспектов развития: информация о рынке, квалификация и возможности сотрудников компаний-участниц кластера, появление различного рода научно-технических разработок применительно к потребностям кластера, каналы поставок могут со временем перестать соответствовать необходимым требованиям. При этом обращение к внешним ресурсам может привести к некоторой стабилизации или улучшению ситуации, однако со временем конкурентные преимущества будут теряться.

Понятно, что кластер, как и многие другие экономические объекты, обладает цикличностью развития, которая выражается в прохождении стадий зарождения, развития и упадка. Продолжительность

протекания каждой из стадий зависит от разнообразных факторов. Осознание степени развития и нахождения кластера на той или иной стадии жизненного цикла позволяет участникам и другим субъектам экономической деятельности корректировать своё поведение и принимать решения с учётом анализа состояния жизненного цикла кластера.

Очевидно, что изучение проблем развития кластеров разных стран даёт много пищи для размышлений, в результате чего можно получить очень интересные выводы, в частности, и те, которые и были озвучены выше.

Сформулируем основные положения кластерной экономической теории:

- ключевые моменты, определяющие кластеры предприятие – это их географические границы, состав участников, взаимосвязи между ними;

- существенную роль для становления и успешного развития кластера играют так называемые неcodируемые знания и факторы социально-культурного характера, это указывает на большую ценность пространственных, и в частности, региональных кластеров в качестве инструментов по усилению инновационной активности и, как следствие, повышению конкурентоспособности на различных экономических уровнях;

- высокая результативность деятельности и перспективы развития любого кластера во многом определяются характером связей и эффективностью взаимодействия в рамках треугольника «государство–бизнес–исследовательское сообщество»;

- исследование вопросов развития отдельных кластеров и мониторинг стадий их жизненного цикла позволяет осуществлять рациональное управление и предпринимать своевременные шаги по решению текущих и потенциальных проблем;

- универсальность кластерного подхода, порождающее его широчайшую практическую применимость и возможность адаптации в любых условиях, делает его одним из самых популярных инструментов по повышению конкурентоспособности экономических субъектов в современном мире.

Кластеры предприятий обладают весомыми достоинствами, которые выражаются в характере и результатах их функционирования. Это позволяет оценить их экономическое значение и практическую применимость в современном мире. Определённое позитивное (как и негативное) влияние кластера может по-разному сказываться на ре-

зультатах деятельности компаний, государственных органов, университетов и других кластерных субъектов. Однако в любом случае социально-экономические выгоды, генерируемые в кластере, пусть и в неодинаковой мере, становятся доступны для всех участников, равно как и возможные потери, которые также распределяются достаточно широко.

Конкурентные преимущества кластеров в значительной степени связаны с положительным влиянием соседнего месторасположения или наличия эффективного взаимодействия между участниками. Природа генерируемых в кластере преимуществ может быть объяснена с нескольких позиций.

Положительные эффекты, возникающие в рамках промышленной агломерации в определённом регионе, получили название локализационных или экстерналий Маршалла-Эрроу-Ромера¹¹. В начале прошлого века, когда производство носило массовый характер, транспортные расходы были высоки, экономия от масштаба достигалась в результате вертикальной интеграции и направленных на снижение издержек инноваций в промышленных процессах, индустриальные агломерации формировались в результате стремления фирм к достижению относительных преимуществ по издержкам: компании, как правило, располагали свои мощности вблизи ресурсной базы, либо недалеко от важнейших поставщиков и покупателей.

Сегодня ситуация «в корне» изменилась, поскольку в современном информационном обществе бизнес стремится располагаться там, где существуют возможности по использованию и накоплению «неосязаемых» знаний. В результате от статичной точки зрения, разделяемой Альфредом Маршаллом, произошёл переход к динамичной позиции Майкла Портера, разработавшего концепцию конкурентного преимущества. Интенсивная конкуренция и определённый объём неcodируемых знаний, которые существуют в рамках отдельных территорий, ведут к появлению урбанизационных экстерналий или так называемых экстерналий Якобс. Вернон Хендерсон с помощью математической модели показал, что данные экстерналии приобретают всё большее значение в рамках отдельных территориальных систем¹².

¹¹ Falck, Heblich. Указ. соч.

¹² Henderson V. Externalities and industrial development // HUD USER – Policy Development and Research’s Information Service. – <http://www.huduser.org>.

Существует также и третий тип экстерналий, сходный со вторым: диверсификационные, генерируемые в ходе взаимного обмена идеями между членами бизнес-сообщества отдельного региона. Все обозначенные положительные экстерналии приводят к повышению темпов роста и увеличению конкурентоспособности бизнеса.

Кластерные конкурентные преимущества традиционно рассматривают по следующим основным направлениям: 1) производительность; 2) инновации; 3) поддержка и создание бизнес-образований.

Влияние кластеров на производительность осуществляется по следующим направлениям:

- а) доступ к специализированным факторам производства и рабочей силе;
- б) доступ к информации;
- в) взаимодополняемость;
- г) доступ к организациям и общественным благам;
- д) стимулы и измерение производительности.

Перечисленные разновидности позитивного влияния кластеров на производительность находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости. Попытаемся объяснить принципы их действия.

Кластер, представляя собой концентрацию предприятий и организаций, создаёт возможности работникам и специалистам для наиболее рационального использования их специализированных знаний, навыков, умений и компетенций в отдельных сферах деятельности. А. Маршалл при изучении экономического значения локализации назвал этот феномен «пулами рабочей силы».

Конкуренция в кластере повышает спрос на квалифицированную рабочую силу. В результате действия рыночных механизмов в тот или иной кластер привлекается всё большее число работников, соответствующих требованиям заинтересованных в них предприятий и организаций. Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении других факторов производства, которые различными способами адаптируются под нужды кластера. Итогом подобных процессов становится повышение производительности труда и других факторов производства всех предприятий и организаций-членов кластера.

Хорошие специалисты, как правило, сконцентрированы в определённых местах. Плотность имеет огромное значение в плане популярности того или иного места. Здесь важно, чтобы размер территориального образования был не слишком маленьким, но и не слишком большим, поскольку в обоих случаях существуют факторы, снижаю-

щие привлекательность того или иного места для талантливых людей. Это ведёт к тому, что высококлассные специалисты распределяются на экономической территории государств неравномерно.

В результате соседнего месторасположения, а также развития тесных контактов между фирмами информация внутри кластера начинает циркулировать с гораздо большей скоростью, чем при обычных условиях. Высокий уровень взаимодействия характерен для самых успешных и наиболее развитых кластерных структур. Достичь этого состояния позволяют эффекты агломерации, то есть скопления предприятий и организаций на определённой территории. Для функционирования кластеров характерным является быстрое распространение как формальных (кодируемых), так и неформальных (некодируемых) знаний и информации.

В результате развития взаимодействий между фирмами-участниками кластера возникает необходимость и возможность организовать работу более качественным образом. Это достигается в форме развития взаимодополняемости между элементами кластера. Квалифицированная рабочая сила, специализированная инфраструктура, снижающая издержки и другие положительные результаты функционирования кластера могут рассматриваться в качестве так называемых квазиобщественных благ, доступ к которым требует осуществления некоторого количества затрат, однако в случае кластера значительно меньших по сравнению с полными издержками. Конкурентное давление, которое существует внутри кластерных образований, ведёт к тому, что фирмы стремятся максимальным образом активизировать свою деятельность, чтобы выглядеть самым лучшим образом в глазах потребителей. Помимо этого есть возможность эффективного сравнения собственных показателей с результатами конкурентов.

Таким образом, видно, что влияние факторов, традиционно способствующих улучшению производительности отдельных компаний, значительно усиливается в рамках кластерных структур, что, прежде всего, обусловлено позитивными экстерналиями соседнего месторасположения.

Влияние кластеров на инновационную активность связано с их воздействием на производительность. Связующим звеном в данном случае выступают знания, возможности для циркуляции которых существенно увеличиваются в рамках кластерных образований.

Существует тесная взаимозависимость между силой, а также количеством межфирменных контактов и пространственным расположе-

нием бизнеса. Иными словами, одно способствует развитию другого и наоборот. Если в рамках кластера существуют возможности для усиления инновационной активности, то это обязательно будет происходить, так как это заложено в механизм функционирования указанного локального скопления предприятий и организаций и является кластерной особенностью. В этом случае наблюдается ситуация, аналогичная той, что существует в отношении производительности: все существующие в кластере на какой-то момент времени возможности по развитию этого конкурентного направления так или иначе будут расти и реализовываться во всё больших размерах. То есть кластеры характеризуются способностью усиления конкурентных преимуществ своих участников.

В кластерах обеспечивается доступ к более широкой и содержательной рыночной информации. В результате этого компании, которые находятся внутри кластера, способны реагировать на соответствующие изменения с большей скоростью. Требовательность потребителей также содействует активизации работы фирм в сфере повышения производительности и применения инновационных подходов. Распространение знаний о новых методах и новейших разработках происходит гораздо быстрее вследствие наличия тесных контактов между фирмами.

В рамках кластера экономические субъекты сильнее осознают необходимость использования инновационных подходов. Можно привести, по крайней мере, три основных причины, по которым развитие инноваций и осуществление усовершенствований имеют тенденцию быть связанными с кластерами:

- 1) возрастает потребность в снижении технической и экономической неопределённости;
- 2) имеется необходимость в поддержании взаимосвязей между фирмами-членами кластера и специализированными институтами (включая исследования и образование);
- 3) присутствует заинтересованность в непосредственном контакте и обмене информацией, а также создании новых ценных знаний.

Ещё одна значимая характеристика – взаимосвязь направлений конкурентных преимуществ кластеров. Связующим элементом в данном случае выступают знания, накапливающиеся и циркулирующие в рамках кластерных образований. Действительно, аккумулируемая и передаваемая участниками кластеров информация служит основой повышения производительности, развития инновационной активности

и привлечения новых рыночных игроков. При этом все три указанных компонента действуют в совокупности и усиливают влияние друг на друга.

Конкурентные преимущества кластеров лежат в тех областях, которые являются наиболее важными в современном мире. Так, например, в качестве основных критериев оценки стратегической конкурентоспособности стран по методике Всемирного экономического форума используются следующие группы индикаторов¹³:

- а) технологичность (инновационность) страны;
- б) развитие государственных институтов;
- в) состояние макроэкономической среды.

Невооружённым взглядом видно, что эти блоки показателей соответствуют кластерным преимуществам. Усиление инновационного потенциала становится возможным в условиях эффективного государственного управления. Это в свою очередь является залогом улучшения состояния макроэкономической ситуации. Иными словами, рассмотренные группы конкурентных преимуществ кластеров позволяют говорить о них как о серьёзном инструменте по достижению высокой конкурентоспособности как на региональном, так и на национальном уровне. Такой солидный статус во многом обеспечивается благодаря тому, что генерируемые в кластере экстерналии доступны всем его участникам.

В кластерах присутствуют механизмы получения позитивных эффектов, которыми могут стать увеличение занятости, рост заработной платы и прибылей, выход на новые рынки, интенсификация предпринимательской активности и т.п. В конечном итоге кластеры позволяют достичь серьёзных результатов деятельности, обеспеченных улучшением конкурентоспособности экономики и её инновационности. Таким образом, кластерные структуры позволяют хотя бы частично совместить интересы бизнеса и государственной власти, что может рассматриваться в качестве одного из объяснений популярности данного подхода к проведению экономической политики.

Сформулируем основные выводы относительно конкурентных преимуществ кластеров:

¹³ Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: Россия и мир. 1992-2015. М.: Экономика, 2005. – С.62-63

1) кластерные структуры содержат в себе возможности получения преимуществ, формируемых в условиях взаимоотношений конкуренции и кооперации;

2) эффективно действующие кластеры способствуют повышению конкурентоспособности экономики;

3) положительные экстерналии, генерируемые в рамках кластеров, доступны всем участникам;

4) три основных направления конкурентных преимуществ кластеров взаимосвязаны между собой и усиливают влияние друг друга;

5) процессы кластеризации предлагают альтернативный взгляд на сущность экономических явлений, что позволяет находить более рациональные пути решения существующих проблем.

Переходя к недостаткам кластеров, нужно отметить слабую проработанность данного вопроса в литературе. Но даже критики кластерной теории призывают лишь к её более осторожному использованию.

В целом можно выделить следующие основные группы отрицательных эффектов, возникающих в отдельных кластерах:

а) отсутствие чётких дефиниций порождает сложности практического использования изучаемого подхода, что выливается в невозможность адекватного анализа, а также низкую эффективность и ненадёжность его применения;

б) теория М. Портера не учитывает ряд существенных особенностей развития современной экономики, а потому требует осторожного использования и имеет ограниченную область применения;

в) преимущества кластерного подхода не всегда проявляются в полной мере и имеют неодинаковое положительное влияние на всех участников изучаемых рыночных образований;

г) в механизмах функционирования кластерных структур заложены некоторые серьёзные недостатки, действие которых, могущее обостриться в случае кардинального изменения рыночной конъюнктуры, способно привести к гибели кластера, убыткам и банкротству его участников.

В заключение отметим, что достоинства кластеров предприятий на современном этапе развития экономики, очевидно, перевешивают потенциальные угрозы. Более того, государственная (региональная) кластерная политика вполне способна снизить потери от кластеризации и реализовать её достоинства в полной мере, особенно это касается инновационных характеристик фирм-участниц кластерных систем и

кластеров в целом.

Благодарим за внимание.

Л.И. Рыженко

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ: МЕТОДОЛОГИЯ ВОПРОСА

В литературе по управлению значительное количество источников посвящено инновационному менеджменту, под которым понимается управление инновациями. Инновации же в самом управлении исследуются достаточно редко. Это объясняется тем, что большинство исследований по управлению тесно привязаны к объекту: предприятию, территории и т.д. «Управление вообще» – абстракция, к которой оперируют редко, и то при попытках дать методологические объяснения в какой-либо конкретной области.

Тем не менее, изучение управления, как деятельности, оперирующей разнообразными объектами, и механизмов появления инноваций в этой деятельности чрезвычайно плодотворно с практической точки зрения. Особенно это важно в условиях современного финансового кризиса, поскольку ключ к преодолению последнего бесспорно лежит в инновационно-управленческой проблематике.

В предлагаемом докладе исследуются вопросы инновационной деятельности в управлении, анализируются условия закрепления и отторжения инноваций, и делаются выводы о перспективных направлениях развития управленческой деятельности. Доклад предназначен для консультантов и научных работников.

Для начала следует уточнить содержание категорий «инновация» и «управление».

Под инновацией в большинстве источников понимают новацию (новшество), внедренную в производстве (техническая сфера) или закрепленную в культуре (гуманитарная сфера). Иногда добавляют, что инновация переводит систему в новое качественное состояние. Мы будем считать, что инновация – это новация, закрепившаяся в данном виде деятельности и переводящая эту деятельность в новое состояние. Инновация, будучи внедренной (закрепленной), теряет свое инновационное звучание, поскольку становится нормой. Результатом внедрения инноваций является развитие данной деятельности (рис. 4.1).

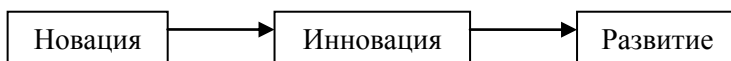


Рис. 4.1. Иновация как шаг в развитии системы деятельности

Под управлением в большинстве источников понимают не просто целенаправленное воздействие субъекта на объект управления, а некоторую устойчивую форму такого воздействия, которая имеет свойство воспроизводиться и отражается в общественном сознании в виде схемы (рис. 4.2).

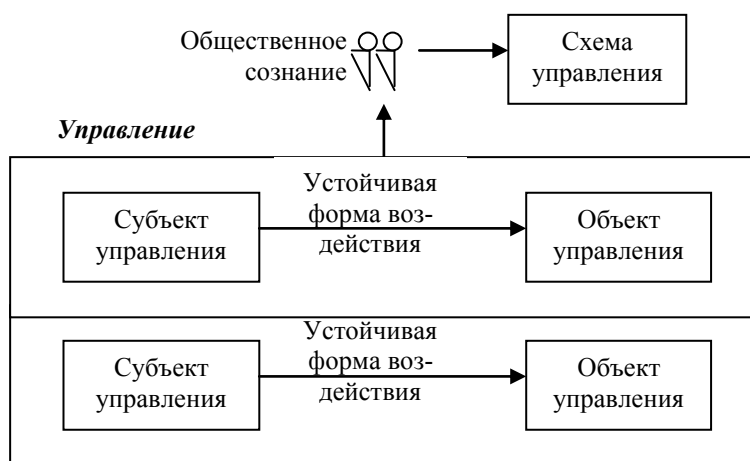


Рис. 4.2. Управление, как схема устойчивого воздействия субъекта на объект

Иновации в управлении, как и в любом виде деятельности, являются двигателем его развития. Чтобы быть до конца корректными, следует уточнить, что иновации, появляющиеся одновременно в разных областях деятельности, могут быть даже несовместимыми друг с другом, однако в целом идет накопление представлений человечества о возможных приемах и схемах управления. Этот процесс развития представлений, реализуемых в практике, мы и называем развитием управленческой деятельности. Подытоживая, можно сказать, что иновация приводит к переходу от одной схемы управления к другой, а

развитие управленческой деятельности заключается в постоянном изменении этой схемы, причем, возможно изменение методологических оснований таких схем.

Чрезвычайно важным вопросом является выявление условий, при которых новация приживается. Когда новация приводит к развитию управления?

Во-первых, переход к новой схеме возможен, когда старая система управления перестает себя воспроизводить, становится нежизнеспособной. То есть, нужны особые условия, при которых новация не будет сразу отторгнута. Это происходит, если в старой схеме возникает дефицит какого-то ресурса.

Во-вторых, управленческая деятельность может развиваться не в любом направлении, а лишь в тех, при которых обеспечивается ее устойчивое воспроизводство. Это воспроизводство возможно, когда инновация обеспечивает конкурентные преимущества новой схемы управления, то есть, появление в этой схеме новых ресурсов.

В-третьих, превращение новации в инновацию и переход к новой схеме управления всегда приводит к ломке привычных схем деятельности, что также требует значительных ресурсов. У субъекта управления, или хотя бы в обществе, должны быть эти ресурсы, иначе переход не осуществится.

В любом случае, переход от одной схемы управления к другой происходит скачками: развитие является дискретным процессом, причем количество таких переходов не так велико. История продемонстрировала не так много схем управления.

Источником появления инноваций в управлении являются новые возможности, предоставляемые развитием общества. Причиной появления инноваций является дефицит ресурсов в старой схеме управления (кризис).

Как показывает ретроспективный анализ, инновации в управлении могут принимать следующие формы:

- специализация управленческой деятельности и обособление внутри нее отдельных управленческих операций;
- трансляция инноваций при перенесении управленческого опыта из одной предметной деятельности в другую;
- расширение (либо, реструктуризация) объекта управления;
- расширение (либо, реструктуризация) субъекта управления.

Инновации, как результат новых возможностей, предоставляемых развитием общества

В истории человечества бесспорно первой инновацией был переход от непосредственного воздействия на объект к использованию инструмента. В тот исторический период, когда человек взял в руки палку, он впервые использовал ресурсы внешней среды в управленческом акте. Дальнейшие инновационные шаги все связаны с появлением разных схем привлечения новых ресурсов из внешней среды в качестве инструментов управления.

При этом исторически из среды в соответствии с тяготением к тому или иному полюсу в оппозиции «субъект-объект» всегда обособлялись два компонента: среда субъекта управления и среда объекта управления. Например, для древнего человека огонь, который он использовал в охоте на мамонтов, можно отнести к среде субъекта, а рельеф местности, в частности, обрыв, на который он загонял мамонтов – к среде объекта. Идентификация во внешней среде подсистем, связанных с субъектом управления и объектом, и выделение из этих сред инструментов управления – важный прием управленческой деятельности, применяемый, начиная с глубокой древности.

Следует обратить особое внимание на то, что возникновение каждого нового типа ресурсов всегда было обусловлено кризисом управления, основанного на эксплуатации ресурсов старого типа.

Например, в бронзовом веке орудия труда представляли собой редкость и, будучи недоступными одной семье, требовали концентрации производства вокруг храма. Форма управления производством сложилась как жестко централизованная система, управлявшая и распределявшая орудия из одного центра (царства Египта, Вавилона и другие). С появлением железа, орудия стали доступны одной семье, и это привело к распаду царств и появлению независимых общин. Система управления стала децентрализованной, основанной на демократических процедурах, из которых возникли античные полисы (период эллинизма).

Наш современный финансовый кризис связан с исчерпанием возможностей, которые страны золотого миллиарда имели в сложившейся схеме движения мировых ресурсов. В связи с падением доверия к этой схеме и к доллару, как ее главному инструменту, возникли трудности с ее воспроизводством. Инновации, которые обеспечат выход из этого кризиса, бесспорно, будут связаны с созданием новых схем управления движением мировых ресурсов.

Инновации, как результат специализации управленческой деятельности и перенесения опыта из одной предметной деятельности в другую

Специализация управленческих приемов и их передача, трансляция между областями деятельности определяет эволюцию управленческих схем. Первые управленческие схемы (транслируемые в виде текстов), возникли, по всей видимости, в управлении государством, военной сфере и в строительстве, поскольку в этих сферах раньше других появилась потребность передачи знаний и, как следствие, их отражение на информационных носителях. Эти сферы стали источником управленческого опыта для остальных сфер человеческой деятельности. Управление государством стало источником планирования, военная сфера стала источником стратегического управления, строительство – источником проектирования и т.д.

Современный язык управленческих схем, который используется в данной публикации, восходит к техническому языку, положенному Робертом Винером в основу кибернетики. Человечеству надо было дожить до середины XX века, чтобы Винер нарисовал свою знаменитую кибернетическую систему управления. В контуре управления Винера принципиальным является воздействие на объект внешней среды и наличие обратной связи. Перенесение этой схемы из технической области в управленческие технологии на другие области деятельности бесспорно имело инновационный характер.

Более сложными являются модели, основанные на понятии функциональной системы. Это понятие ввел в научный оборот советский физиолог П.И.Анохин. Как уже говорилось, исторически планирование возникло в управлении государством, проектирование – в строительстве, но как элементы схемы управления, впервые были изображены в виде программирующего блока в физиологии.

В функциональной схеме субъект управления разделен на активную часть (собственно субъект проблемы) и пассивную часть – проект, который, будучи отчужден от субъекта, также может осуществлять управленческие действия.

Аналогичное разделение произошло и с объектом управления. Бурное развитие в XX веке менеджмента, теории принятия управленческих решений, теории организации и других теорий и моделей, обслуживающих потребности индустриального общества, привели к выделению из объекта его активной части – организации, которая, будучи управляемой, сама обладает свойствами субъекта (рис. 4.3).

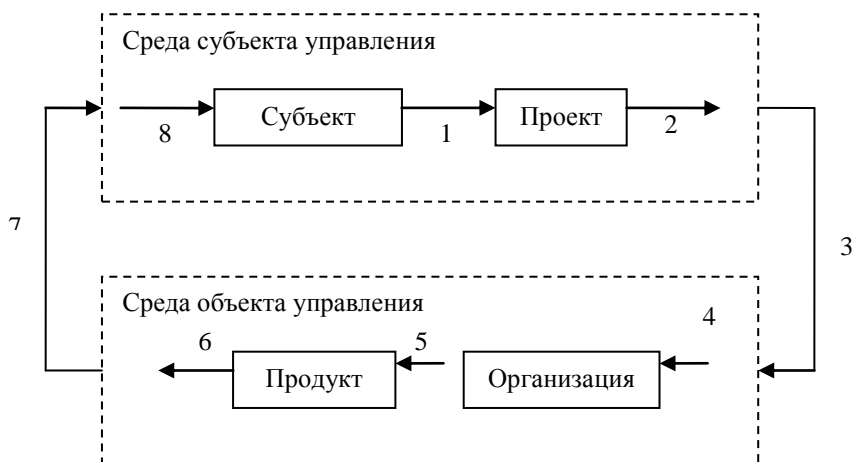


Рис. 4.3. Цикл управления социально-экономическими системами в общем виде и его восемь элементов

Предложенная на рис. 4.3 схема управления¹⁴ в общем виде демонстрирует восемь последовательных элементов управляющих воздействий.

В ней используются следующие обозначения:

1. Планирование
2. Привлечение ресурсов к реализации проекта
3. Передача (трансляция) ресурсов в среду объекта управления
4. Воздействие внешней среды на объект управления
5. Организация
6. Получение продукта управления
7. Обратная связь из среды объекта в среду субъекта управления
8. Измерение и контроль

Схема обобщает используемые в различных источниках схемы, начиная с кибернетической схемы Винера, функциональной схемы Анохина и т.д. Естественно, что каждый из восьми представленных компонентов управления представляет собой сложную деятельность в своей предметной области, однако обозначение этих компонентов в

¹⁴ Рыженко Л.И. Феномен управления предприятиями. В кн.: Сборник науч. тр. кафедры «Экономика и управление предприятиями» СибАДИ. – Омск: Из-во СибАДИ, 2008, с. 150-155

общем виде является мощным инструментом управления в любой области.

Инновации в планировании

Инновационные шаги в развитии планирования связаны с выделением из него отдельных компонентов: проектирования, программирования, моделирования и других.

Схема взаимодействия компонентов планирования изображена на рис. 4.4. Инновации в планировании всегда связаны с появлением новых типов моделей (например, переход от двумерных чертежей к электронным цифровым моделям) и следующих за этим сменой проектных технологий.



Рис. 4.4. Выделение из планирования отдельных компонентов.

Планирование, как деятельность субъекта управления, имеет два вектора, направленных в противоположные стороны. Первый – это вектор «вовне» – создание проектов для внешних субъектов. Продуктами этого планирования являются документы, которые называют проектами. Проекты всегда имеют унифицированную форму, часто

закрепленную в законодательстве. Важными инновационными шагами в развитии проектирования является разделение его на три стадии, решающих разные задачи (рис. 4.5).

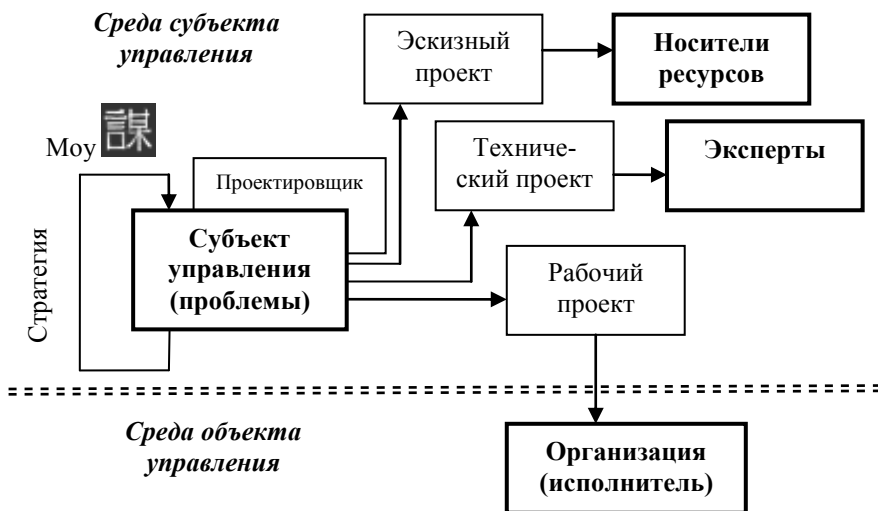


Рис. 4.5. Специализация деятельности по проектированию

Эскизный проект решает задачи обоснования плана и предъявляется различным носителям ресурсов (бюджет, финансовые институты и др.) с целью выделения ресурсов на реализацию плана.

Технический проект предъявляется экспертам и контролирующим органам. Он определяет технологические решения (как в технической, так и в гуманитарной сферах), при помощи которых обеспечиваются параметры эскизного проекта.

Рабочий проект – это документация, необходимая для реализации плана и передающаяся в объект управления исполнителям.

В противоположном направлении реализуется вектор планирования «внутри», то есть, планирование субъектом управления своего способа действий (рис. 4.5). Продукт этой деятельности называют стратегией. Стратегия всегда субъективна и нацелена на реализацию интересов субъекта.

Вокруг понятия «стратегия» много путаницы. В древнем Риме стратегами называли военачальников, которые осуществляли маневр доставки войска к месту сражения. Прусский, затем германский

военные штабы ввели термин «стратегия» для обозначения способов ведения военных операций. В середине XX века этот термин был распространен в сферу управления предприятиями. В древнем Китае вообще не было этого термина, а иероглиф «Моу» (см. рис. 4.5), переведенный Н. Конрадом как «стратегия», по словам автора с таким же успехом мог быть переведен как «замысел»¹⁵. Таким образом, обычный проект всегда создается для других субъектов, а стратегический – для «собственного употребления».

Степень отчуждения проекта от субъекта проблемы может быть различной в зависимости от устойчивости проекта, его возможности воспроизводиться. Самой устойчивой формой, соответствующей максимальному отчуждению проекта от субъекта, являются общественные институты. Общественный институт – это самовоспроизводящийся проект, в котором роль субъектов проблемы практически сведена к нулю (точнее эта ролевая функция может быть транзитной либо распределенной между массой случайных субъектов). Общественный институт осуществляет управление в силу обычая или права.

Проект демонстрируется держателям разнообразных ресурсов и получает от них средства на реализацию (см. рис. 4.5). Предъявление проекта может осуществлять как субъект проблемы, так и сам проект (в случае общественного института). Поскольку носители ресурсов принимают решения об их выделении, исходя из своих ценностей, мотивов и интересов (например, решение инвестора вложить деньги в конкретное предприятие), форма привлечения ресурсов определяется культурой общества и сложившимися в нем институтами.

Инновационные шаги в сфере привлечения ресурсов на реализацию проекта связаны с развитием общественных институтов или появлением новых культурных образцов. Например, развитие финансового рынка сделало возможным привлекать средства путем выпуска ценных бумаг. Другой пример, когда возрождение в современном общественном сознании норм православной этики привело к выделению из разных источников средств на восстановление храмов.

В этой связи актуальным становится вопрос о способах выхода на новые источники ресурсов, когда возникает дефицит старых. Появление новых институтов – процесс длительный и мало зависящий от субъективной воли людей. А вот создание культурных образцов –

¹⁵ Сунь-цзы. Искусство стратегии. Пер. Н.И. Конрада – М.: Эксмо; СПб.: Мидгард, 2007. – 528 с., стр. 85.

вполне посильная деятельность, влияющая на потоки движения ресурсов во внешней среде субъекта и на скорость формирования новых институтов.

Важной сферой деятельности субъекта по планированию и привлечению ресурсов на реализацию проекта является рефлексия (рис. 4.6).



Рис. 4.6. Схема рефлексии субъекта управления

Рефлексия заключается в том, что субъект апеллирует к взгляду на свою позицию со стороны, и корректирует свою схему представлений, включая проект. Частным случаем является ситуация, при которой субъект апеллирует сам к себе (рефлексия в традиционном понимании). Однако и в этом случае, когда внешняя среда на первый взгляд не присутствует, субъект учитывает мнение других хотя бы потому, что он читает книги, учится, смотрит кино. Так что выход во внешнюю среду субъекта в процессе рефлексии обоснована.

Формирование рефлексии и выделение ее в самостоятельную деятельность – инновационный шаг в управлении. Но главное то, что рефлексия сама становится инструментом появления инноваций и развития управления. Типичные продукты, возникающие в результате

рефлексии, можно представить в модели компенсационного гомеостата¹⁶ (рис. 4.7).

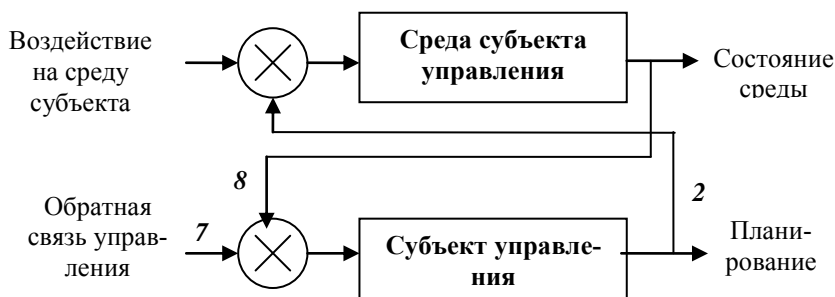


Рис. 4.7. Гомеостатическая модель рефлексии субъекта управления (цикл рефлексии)

Характер этого взаимодействия может принимать разные формы в зависимости от управленческой ситуации и приводить к разным результатам, крайние случаи которых представлены в таблице 4.1.

Таблица 4.1

Возможные состояния и итоги цикла рефлексии

8	2	Возможные управленческие ситуации 8,2	Итог рефлексии
+	+	Среда и планирование действуют благоприятно	Поддержка существующей схемы управления, отторжение инноваций
+	-	Среда действует благоприятно, планирование – плохое	Расширение поля субъектов управления за счет среды
-	+	Воздействие среды плохое, планирование – хорошее	Сужение субъекта управления за счет изоляции от среды (фильтр на сигнал 8)
-	-	Среда и планирование действуют неблагоприятно	Отступление с минимальными потерями

¹⁶ Разумов В.И. Категориально-системная методология в подготовке ученых: Учебное пособие / Вст. ст. А.Г. Теслинова. Омск: Омск. гос. ун-т, 2004. С. 190-200. с. www.ic.omskreg.ru/~cognitiv/

Организация

Управление внутри объекта (организация) – один из древнейших видов деятельности, но самую интересную траекторию его развитие проделало в XX веке в связи с потребностями индустриального общества. Можно выделить три этапа в развитии управленческих схем, связанных с организацией.

Первый этап инновационных преобразований в организационной деятельности, начиная с Тейлора, связан с совершенствованием трудовых процессов, получивших развитие в менеджменте. А.Файоль привязывал все управленческие операции к работе внутри организации. В этом же русле совершенствовались менеджмент все последующие исследователи, обогащая его социальной психологией (М.П.Фоллет), методами рационализации (Л.Ф.Урвик) и т. д. В качестве миссии современного менеджмента, и менеджера, как носителя этой миссии, Б.Г.Литвак указывает на его органическую связь с организацией. Он пишет: «Основное предназначение менеджера – обеспечить эффективное функционирование, устойчивое развитие или выживание организации»¹⁷.

Второй этап развития менеджмента связан с попытками превратить организацию в активного субъекта деятельности на рынке. Это период внедрения в организациях социального партнерства (Э.Мэйо), коммуникативных связей (Ч.Бернард), методов мотивации (Ф.Маслоу, Ф.Херцберг); вовлеченности работников и их самоорганизации (У.Оучи). Этот тип управления получил почему-то название стратегического планирования (наверное потому, что организация мыслилась как субъект). Голландская Ассоциация Стратегического Планирования (VSB) дает следующее определение: «Стратегическое планирование – четкая установка целей организации, а также указание на способы и средства, с помощью которых организация намерена достичь поставленных целей»¹⁸. Согласно этой точке зрения, стратегическое планирование – понятие, рассматривающее организацию не как объект, а как субъект управления.

¹⁷ Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: Учебник. – М.: Дело, 2000. – 392 с., с.7.

¹⁸ Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / Пер. с англ. – М.: Финпресс, 2000. – 272 с., с.33.

Развитием этого этапа стал стратегический менеджмент, как стиль управления, который вовлекает в процесс принятия решений и планирование руководителей всех уровней: высший менеджмент, штабное руководство, руководство линейных подразделений. В стратегическом менеджменте, помимо планирования рассматривался полный комплекс всех управленческих процедур, включая такие компоненты, как организация, мотивация, контроль и т.д. Завышенные ожидания консультантов к организациям, как субъектам бизнеса, которыми они, конечно, не являются в полной мере, привели к кризису стратегического планирования и стратегического менеджмента организаций.

Третий этап развития управленческих схем, связанных с организацией, свидетельствующий об определенных разочарованиях в возможностях стратегического менеджмента в старом смысле, связан с появлением теории стратегического предпринимательства (Винсема). В стратегическом предпринимательстве особая роль уделяется предпринимателю, который, является лидером предпринимательского проекта. В рамках предпринимательства субъект (бизнесмен) использует организацию (предприятие) как средство, инструмент, ресурс своей деятельности. Этот ресурс может быть потреблен, либо воспроизведен, причем воспроизведение может привести к ликвидации старой и созданию новой организации.

Таким образом, субъект управления, проделав в представлениях управленцев странное путешествие в объект, вернулся на свое место. Сегодня инновационные направления в развитии менеджмента связаны с ростом специализации, реинжинирингом и аутсорсингом.

Мотивация

Процессы взаимодействия среды и объекта управления определяют мотивацию в объекте управления. Мотивация – это такая активизация объекта управления и привлечение ресурсов из его среды, которые содействуют целям управления. Рост мотивации обеспечивается воздействиями на систему потребностей исполнителей. Цикл мотивации изображен на рис. 4.8.

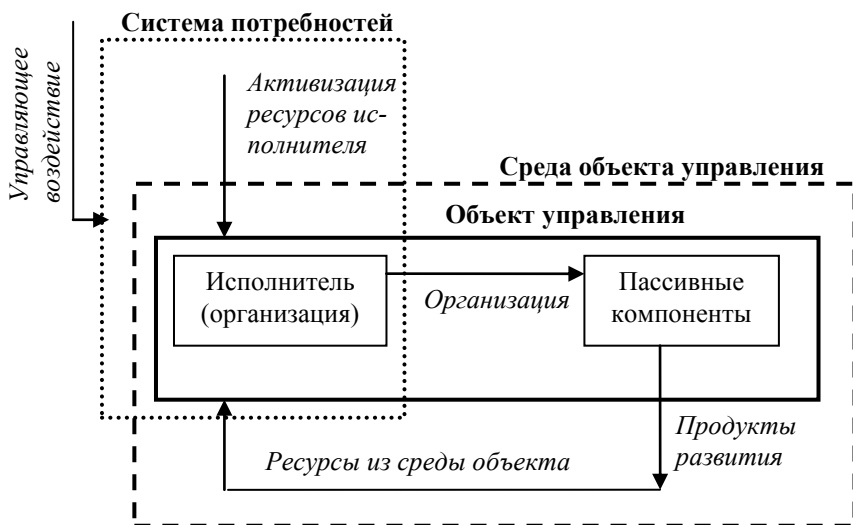


Рис. 4.8. Мотивационный цикл в среде объекта

Объект управления испытывает разнообразные воздействия из внешней среды. Это передаваемые (транслируемые) в связи с управлением ресурсы, в том числе, управляющие сигналы от субъекта управления, а также воздействия, не связанные с данным субъектом управления (шум). Частным случаем шума являются целенаправленные воздействия, направленные против управляющих действий данного субъекта.

Говоря о воздействии среды на объект управления, нельзя игнорировать так называемые неуправляемые факторы. Субъект управления всегда стремится снизить это «стихийное» влияние, поскольку оно вторгается в процесс управления и нарушает его планы. Задачи субъекта управления всегда сводятся к усилению собственного сигнала воздействия на объект и нейтрализации шума. Можно выделить два основных способа работы с шумом: построение фильтров, отсекающих шум, и использование шума в качестве ресурса управления (принцип айкидо). Оба эти направления определяют возможные инновационные шаги в развитии управленческой деятельности.

На рис. 4.9. изображена гомеостатическая модель цикла мотивации.

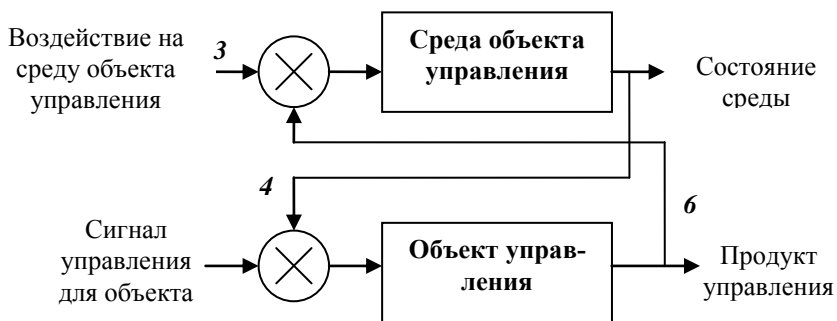


Рис. 4.9. Гомеостатическая модель мотивации объекта управления (мотивационный цикл)

Характер этого взаимодействия может принимать разные формы в зависимости от управленческой ситуации, крайние случаи которой представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Возможные состояния мотивационного цикла

4	6	Возможные управленческие ситуации 4,6	Результаты мотивации
+	+	Среда и продукты управления действуют благоприятно	Поддержка системы потребностей, отторжение инноваций
+	-	Среда действует благоприятно, продукты – неблагоприятно	Расширение объекта за счет среды (точки роста)
-	+	Среда действует неблагоприятно, продукты – благоприятно	Сужение объекта (установка фильтра на воздействие 4)
-	-	Среда и продукты управления действуют неблагоприятно	Отступление с минимумом потерь (применение принципа айкидо)

Если вернуться к задаче преодоления кризиса при истощении старых ресурсов, для ее решения экспертное пространство рефлексии должно быть резко расширено включением в него всех возможных

потенциальных носителей ресурсов. Такому же расширению должно быть подвергнуто пространство мотивации. Фактически происходит конструирование новой системы управления, основанной на иных основаниях, в том числе с новыми объектами и субъектами управления. Условия закрепления этой новой системы зависят от того, насколько она решает задачу привлечения новых ресурсов. И слава Богу, если форма закрепления этой схемы в социуме обходится без серьезных конфликтов.

Выводы

Развитие управления всегда идет по пути специализации отдельных управленческих операций, расширения (переконфигурации) объекта управления, либо субъекта управления. Основной способ развития – закрепление новаций и перенесение управленческого опыта из одной сферы деятельности в другую.

Потребность в инновациях в управленческой сфере возникает в проблемных (кризисных) ситуациях при истощении старой системы ресурсов. При отсутствии проблем у субъекта управления инновации отторгаются. Кризис – время внедрения инноваций.

Преодоление кризиса лежит через поиск новых ресурсов. При этом важно понимать, что ресурс – это то, что включено в какую-то управленческую схему. Основной способ выхода на новые ресурсы – конструирование новых схем управления. Важными инструментами построения новых схем управления являются рефлексия и мотивация.

С.Н. Хоботова

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РИТЕЙЛ И ЕГО РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ИННОВАЦИОННОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК

Уважаемые гости и коллеги! В своём выступлении я бы хотела коснуться вопросов расширения деятельности международного ритейла, функционирующего в форме международных торговых сетей, его влияния на инновационный уровень принимающих его региональных экономик.

В последние десятилетия транснациональные розничные корпорации (ТНРК) наращивают своё присутствие, как на зарубежных, так и на российских рынках, оказывая существенное влияние на социально – экономическое состояние региональных экономик в целом и розничной торговли в частности. Данный вопрос актуален для регионов России с учётом высокой привлекательности современного российского

рынка для глобальных сетевых операторов, активно использующих инновационные подходы в своём продвижении. Согласно отчётам консалтинговой компании A.T. Kearney, Россия в настоящее время занимает второе место в рейтинге привлекательности развивающихся рынков для глобальных торговых сетей после Индии. Именно поэтому иностранные торговые компании всё тщательнее исследуют российский рынок. На сектор розничной торговли и общественного питания уже приходится 21 % из 142,9 млрд. долл., накопленных в России иностранных инвестиций на конец 2007 г.¹⁹. По данному показателю этот сектор российской экономики занимает второе место после обрабатывающей промышленности.

Итак, возникает вопрос: каково же влияние ТНРК на региональные экономики, какова роль инновационной деятельности таких компаний, а также какие отрицательные и положительные последствия этого процесса уже наблюдают российские и зарубежные исследователи?

Первое, на что следует обратить внимание в исследуемом процессе – это усиление розничной глобализации, которая тесным образом связана с концентрацией и транснационализацией торгового капитала, одним из эффективных методов управления которым являются сетевые технологии, лежащие в основе деятельности глобальных торговых сетей. В целях расширения своего бизнеса и получения экономии от масштаба деятельности в розничной торговле сетевые операторы выходят на зарубежные рынки. Так, по мнению экспертов компании ACNielsen, продажи за пределами родных стран в перспективе будут занимать всё большую долю в общем объёме продаж крупнейших международных торговых сетей. За прошедшее десятилетие западные сети, например, начали доминировать в торговле продуктами питания и напитками на рынках Центральной и Восточной Европы, расширять своё присутствие на азиатских и латиноамериканских рынках. В этих странах степень концентрации розничной торговли постоянно растёт.

В то же время следует отметить, что влияние глобальных торговых сетей на экономику принимающих регионов воспринимается учёными неоднозначно. Как показывают зарубежные исследования, с од-

¹⁹Основные социально-экономические показатели РФ / Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. – <http://www.gks.ru>.

ной стороны, появление зарубежного ритейла, который работает по самым современным стандартам, внедряя инновационные подходы в организационно-управленческой, технологической, информационно-аналитической и логистической сферах, способствует привлечению в страну новых товаров по конкурентным ценам с высоким стандартом обслуживания. С другой стороны, вхождение крупных зарубежных сетевых структур на потребительский региональный рынок создает мощную конкуренцию местным национальным компаниям и предприятиям, вытесняя их с внутреннего рынка и не давая развиваться. Нередки случаи скупки местных предприятий не для реорганизации, а для свёртывания производства, особенно в слабо- и среднеразвитых странах. Существует множество примеров того, как целые отрасли экономик стран Восточной Европы не выдерживали конкурентной борьбы со стороны зарубежных ТНК.

В целях противостояния экспансии со стороны зарубежных ритейлеров в ряде стран местные операторы рынка укрепляют связи с местными властями и консолидируются с крупными национальными торговыми сетями. Как писал В. В. Путин: «Без поддержки государства и создания крупных финансово-промышленных корпораций...невозможно на равных конкурировать с транснациональными корпорациями Запада»²⁰.

При этом розничная глобализация влияет не только на усиление конкурентной среды, но и серьезно корректирует инфраструктурные, институциональные и регулирующие отношения в регионах оперирования транснациональных торговых сетей. В этой связи можно говорить о широком социально-экономическом влиянии рассматриваемого процесса на конкуренцию для местных участников розничной торговли, на трансформацию схем товародвижения с использованием современных логистических и информационных технологий, на концепцию потребления населения принимающих стран, на регулирующее воздействие государства в аспекте защиты национальных интересов. В данной выступлении подробнее остановимся на последствиях розничной глобализации с позиции формирования транснациональными сетями конкурентной среды в регионах оперирования.

²⁰ Путин В.В. Минерально-сырьевые ресурсы в стратегии развития российской экономики / Открытая экономика: информационный портал. – <http://www.opec.ru>.

В конце 90-х годов 20 века произошёл коренной сдвиг в интенсивности притока ПИИ в сектор розничной торговли развивающихся стран Восточной Азии, Центральной и Восточной Европы и Латинской Америки. Только что зародившаяся к тому времени группа транснациональных торговых корпораций, преимущественно из стран Западной Европы (за известным исключением Североамериканских компаний Wal-Mart и Costco), быстро увеличила масштаб своей сетевой торговли на указанных развивающихся рынках, одновременно с этим, создав большие и тесно управляемые региональные и глобальные сети поставок²¹. Такой ускоренный рост притока ПИИ был обусловлен консолидацией западных розничных рынков с жёстким регулированием и появлением на них ведущих компаний, которые усилили свою капитализацию и увеличили долю основного рынка страны базирования. Это позволило им имеющийся в наличии свободный капитал направить в развивающиеся рынки в целях экспансионистского инвестирования для получения долгосрочных возможностей роста. Развитию этого процесса способствовали доступ к недорогим источникам капитала, а также политика полной или частичной либерализации ПИИ в сферу розничной торговли во многих регионах развивающихся странах.

Такой приток ПИИ, в свою очередь, привёл к быстрой консолидации и транснационализации современного рознично-торгового сектора развивающихся рынков, сектора, который, по мнению таких экономистов, как Reardon, Berdegue, Dries, Swinnen и др., в некоторых случаях претерпел существенное расширение с начала 1990-х гг. в ответ на долгий процесс «супермаркетизации» («supermarketization»).

Особый интерес в этой связи представляет выделение особенностей поведения ведущих транснациональных торговых корпораций на зарубежных региональных рынках.

По мнению Dawson, J., наибольшее влияние на экономику развивающихся стран оказали ПИИ со стороны таких корпораций, как Carrefour, Wal-Mart, Metro, Tesco, Casino и Auchan. Мы также примем во внимание деятельность двух «региональных» ритейлеров второго эшелона: компании Dairy Farm, базирующейся в Гонконге, и компании Shoprite, осуществляющей свои операции в Южной Африке.

²¹ Coe, N. The internationalization/globalization in retailing, towards an economic-geographical research agenda // Environment and Planning A. – 2007. – № 36. – P. 1578.

Практически у всех из них процент зарубежной реализации от общего объёма продаж продолжал расти с конца 1990-х гг.

Тем не менее, количество стран и регионов оперирования ведущих транснациональных ритейлеров увеличилось незначительно, а в некоторых случаях даже сократилось.

Вместо того, чтобы и далее расширять географический масштаб своих операций после главной волны экспансии в конце 1990-х гг., некоторые транснациональные торговые компании первого эшелона предпочли следовать стратегии рыночной консолидации, сфокусированной на увеличении доли рынка в тех странах, где они занимают доминирующую рыночную позицию. По мнению N. Wrigley²², в результате этого, получили развитие два альтернативных процесса: участие транснациональных ритейлеров в стратегическом зарубежном обмене активами с конкурирующими корпорациями или их уход с рынка принимающей страны. В своей работе Dawson подтверждает существование данной тенденции. Проводя анализ 100 крупнейших мировых ритейлеров, автор отмечает, что с конца 1990-х гг. крупнейшие торговые компании начали концентрировать свои усилия на ограниченных рынках и увеличивать свою рыночную долю на этих рынках, в то время как компании, занимающие нижнюю половину таблицы TOP 100 мировых ритейлеров, напротив, продолжают осваивать всё новые страновые рынки, что существенно увеличивает их долю продаж, осуществлённых посредством зарубежных операций²³.

Для достижения конкурентоспособности на рынках развивающихся регионов международные розничные операторы вынуждены встраиваться в систему принимающих стран (в местную культуру потребления, недвижимую и плановую систему земельного пользования, а также в систему снабжения). Перед транснациональными розничными компаниями встаёт острая необходимость инвестирования в территориальную систему региона оперирования для того, чтобы учесть национальные особенности в правовой, экономической, социо-культурной областях и выстроить конструктивные отношения с органами власти. Внедрение в такую «территориальную систему» для транснациональных розничных корпораций является очень важным условием достижения успеха на рынках развивающихся стран, однако

²² Wrigley, N. The globalization of retail capital: themes for economic geography // Journal of Economic Geography. – 2006. – № 6. – P. 137.

²³ Dawson, J. Scoping and conceptualizing retailer internationalization // Journal of Economic Geography. – 2007. – № 7. – P. 389.

в этой связи корпорации сталкиваются с двумя основными препятствиями.

Первое препятствие состоит в том, что защита интеллектуальной собственности для транснациональных компаний существенно затрудняется попытками имитации ключевых составляющих конкурентных преимуществ со стороны местных ритейлеров. Второе препятствие связано с наличием местных правовых ограничений для деятельности иностранных компаний и политического влияния местных должностных лиц.

Выясним, каким образом лидеры международной розничной торговли встраиваются в экономику принимающих регионов, и какие ответные меры принимают в этой связи местные ритейлеры.

Во-первых, выход на зарубежные рынки ТНРК связан с процессом прямых иностранных инвестиций (ПИИ), который сопровождается, как мы уже говорили, импортированием различных организационных инноваций (новые форматы, реорганизация логистической системы, радикальное улучшение качества обслуживания, стандарты гарантии качества и т.д.), что приводит к ужесточению конкуренции на местном рынке и ускоренной модернизации сектора розничной торговли страны-реципиента. По мнению Goldman, приток ПИИ и ответная реакция местных розничных сетей на конкуренцию со стороны ТНРК уже привели к быстрому расширению, консолидации и транснационализации «современного» сектора розничной торговли во многих развивающихся странах вместе с постепенным уменьшением доли рынка, приходящейся на традиционные, неформальные розничные каналы»²⁴.

Последствия вышеописанной тенденции таковы, что рыночная доля «современного» сектора розничной торговли резко возросла за последнее десятилетие. К 2005 г. эта доля достигла 50-60% в странах, которые, по словам Reardon, затронула первая волна экспансии ТНРК (Южная Америка, север Центральной Европы и Восточная Азия, кроме Японии и Китая), 30-50% эта доля составила в странах «второй волны» (Мексика, части Центральной Америки, Южная Африка, большая часть юга Восточной Азии и юг Центральной Европы) и до 10% эта доля составила в странах «третьей волны» (Восточная Европа, Китай, Индия, другие части Центральной Америки и юг Восточной

²⁴ Dawson, J. *Towards a model of the impacts of retail internationalization*. – London: Routledge Curzon, 2004. – P. 286.

Азии)²⁵. К тому же, доля «современного» сектора розничной торговли, контролируемая пятью крупнейшими розничными сетями (зачастую ТНРК), возросла до 70-80% в большинстве стран Латинской Америки как результат интенсивной конкуренции и консолидации розничного сектора.²⁶

Увеличение рыночной доли «современного» сектора розничной торговли сопровождается несколькими чётко выраженными тенденциями, происходящими на розничном рынке принимающих регионов.

Основная тенденция заключается в продвижении транснациональными розничными корпорациями новых магазинных форматов (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер и «магазин у дома») с их исконных ниш в крупных городах, где они обслуживали потребности в основном покупателей с высоким и средним уровнем дохода, в провинциальные города и сельские местности, где проживают покупатели с низким уровнем дохода. Эта тенденция сопровождается уменьшением доли традиционных небольших магазинов и неформальных розничных каналов. Стоит отметить, что, по мнению Reardon, такая диффузия «современных» розничных форматов магазинов идёт параллельно с включением в операции ТНРК помимо продаж готовой продукции и полуфабрикатов ещё и продаж свежих продуктов. Это является не только результатом экономии от масштаба, полученной ТНРК ещё в ходе продаж готовой продукции и полуфабрикатов, но и результатом сформировавшейся культуры потребления, при которой ежедневные покупки свежих продуктов лишь незначительно уступают место менее частым покупкам и хранению продуктов в холодильных установках. В таких условиях крупные местные розничные сети, которые появились задолго до основного притока ПИИ в сферу розничной торговли этих стран, быстро и успешно скопировали некоторые из организационных инноваций либо у ТНРК «первой волны» (таких как Carrefour), либо у ведущих ритейлеров США и Западной Европы. К примеру, сеть Lotus в Таиланде, впоследствии приобретённая Tesco, изначально основывала свои системы дистрибуции, логистики и ме-

²⁵ Reardon, T. “Proactive fast-tracking” diffusion of supermarkets in developing countries: implications for market institutions and trade // *Journal of Economic Geography*. – 2007. – № 7. – P.411.

²⁶ Reardon, T. Agrifood sector liberalization and the rise of supermarkets in former state-controlled economies: a comparative overview // *Development Policy Review*. – 2004. – № 22. – P. 519.

неджмента на опыте Wal-Mart²⁷. Иногда местные розничные сети достигают достаточно большого рыночного масштаба, который служит защитой от конкуренции со стороны ТНРК (например, сеть E-Mart в Южной Корее).

Говоря о сопротивлении местных розничных сетей экспансии со стороны ТНРК, следует отметить, что весьма показательным в этой связи является пример Чили конца 1990–начала 2000 гг. и закончившиеся неудачей попытки сетей Ahold, Carrefour и Home Depot утвердиться на рынке этой страны и составить мощную конкуренцию крупнейшим местным сетям (D&S и Cencosud, специализирующиеся на продаже бакалейных товаров, и Sodimac, специализирующийся на торговле товарами для дома). По мнению Bianchi, причиной фиаско ТНРК на рынке Чили стала комбинация: способности местных ритейлеров разрабатывать свои способы противостояния источникам конкурентных преимуществ ТНРК; неспособности ТНРК достичь масштаба деятельности на местном рынке, достаточного для получения устойчивого преимущества в местной сети снабжения; и неспособности ТНРК «вписать» свою деятельность в институциональные и социальные рамки принимающей страны.²⁸ Примеры недавнего ухода таких крупнейших ТНРК, как Carrefour и Wal-Mart, с рынка Южной Кореи рассматриваются исследователями как следствия тех же ошибок, что и в примере с рынком Чили. Единственная ТНРК, сумевшая закрепиться на рынке Южной Кореи, – это Tesco, которой удалось построить свой стиль деятельности в «территориальную систему» страны и создать стратегически важный союз с местным конгломератом Samsung. Другим фактором, который играет существенную роль в противостоянии местных ритейлеров экспансии ТНРК, является доступ к недорогим источникам капитала. Отмечается, что ТНРК имеют доступ к инвестиционным фондам, состоящим из их собственной ликвидности, и к международному кредиту, который намного дешевле кредитов, доступных местным ритейлерам.

Как следствие, правительство принимающих стран стремится финансово поддерживать местные розничные сети, в противном случае, местным сетям не остаётся ничего другого, как прибегнуть к созданию совместных предприятий с ТНРК, чтобы улучшить свой доступ

²⁷ Biles, J. Globalization of food retailing and the consequences of Wal-Martization in Mexico. – New York: Routledge, 2006. – P. 269

²⁸ Bianchi, C. An institutional perspective on retail internationalization success // International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. – 2004. – № 14. – P. 157.

к капиталу. В этой связи, известны примеры поддержки правительства КНР, которое предоставляет займы своим ведущим розничным сетям. В подтверждение существования этой государственной практики также отмечается пример предоставления займов национальным банком Чили местной сети D&S в целях затруднения доступа ТНРК на местный рынок. Таким путём местные сети используют инструмент лоббирования своих национальных правительств, чтобы добиться эффективности правовой защиты своей конкурентной позиции.

В противоположность этому, в Бразилии ведущая продовольственная сеть CBD была вынуждена прибегнуть к созданию совместного предприятия с французской розничной сетью Casino, и укреплению данного сотрудничества с тем, чтобы получить средства, необходимые для своего расширения.

Что касается мелко-масштабных розничных предприятий, опыт зарубежных стран показывает, что участники традиционного/неформального сектора розничной торговли также оказывают сопротивление приходу ТНРК на местный рынок. Например, в странах Латинской Америки мелко-масштабные ритейлеры в последнее время демонстрировали удивительную устойчивость к конкуренции со стороны ТНРК и крупнейших местных сетевых операторов. Humphrey связывает такую устойчивость традиционных розничных каналов с рядом трудностей, которые большие сети супермаркетов (как ТНРК, так и местные) испытывают в отношении проникновения на рынок покупателей с низким доходом, особенно это касается сферы розничной торговли свежими продуктами питания, где формат уличной торговли по-прежнему сохраняет популярность среди потребителей и удерживает существенную долю рынка²⁹. В этой связи для ТНРК становится необходимым изучение опыта местных розничных компаний, которые специализируются на работе с целевой аудиторией с низким доходом с тем, чтобы отыскать возможные способы адаптации к низко-доходной группе покупателей.

Одним из направлений в решении данных проблем является практика создания альянсов ТНРК с местными ритейлерами.

Попытаемся проанализировать имеющуюся на сегодняшний день информацию о стратегической кооперации ТНРК с местными розничными сетями как одним из наиболее эффективных способов

²⁹ Humphrey, J. Globalization and supply chain networks: the auto industry in Brazil and India // *Global Networks*. – 2005. – № 3. – P. 137.

адаптации ТНРК к институциональным, культурным и регулирующим особенностям рынка принимающей страны.

Опыт Tesco в области создания альянсов с местными розничными сетями в Восточной Азии (с CP Group в Таиланде, с Samsung в Южной Корее, с Sime Darby в Малайзии и с Ting Hsin в Китае) доказывает, что такие альянсы являются очень действенным механизмом для встраивания ТНРК в «территориальную систему» стран оперирования и достижения в этих странах «организационной законности». Несмотря на волну резкого спада доли местных розничных сетей в таком альянсе, которая следует сразу за образованием альянса (по прогнозам, к 2011 году доля CP Group сократится с 25% до нуля, а Samsung – с 19% до планируемого 1%, в то время как Ting Hsin – уже оказалась в позиции меньшинства к концу 2006 г.), руководство Tesco утверждает, что данное сотрудничество было для их сети необходимым условием достижения существующей позиции на этих рынках³⁰. В особенности, Tesco указывает на знания, приобретённые в условиях местной культуры потребления, местной правовой среды и норм регулирования бизнеса. В противовес этому, неспособность Tesco найти подходящего местного партнёра для своего вхождения на рынок Тайваня, по мнению исследователей, лежит в основе её ухода с рынка Тайваня в 2005 году.

Таким образом, влияние международного ритейла на экономику принимающих регионов носит двоякий характер и имеет серьёзные последствия для их экономики.

Во-первых, для того, чтобы выстоять в конкуренции с иностранными сетевыми компаниями, местные ритейлеры используют прямое копирование зарубежного опыта в области развития организационных, маркетинговых, логистических и других инновационных технологий и в ряде стран имеют поддержку государства при получении льготных кредитов и регулирующего воздействия. С одной стороны, это приводит к развитию «современного» сектора розничной торговли, работающего по передовым стандартам, предлагая широкий ассортимент продовольственных товаров по конкурентным ценам за счёт масштаба деятельности и внедрения комплекса инноваций. С другой стороны, уменьшается доля традиционного «неформального» сектора розничной торговли в форме открытых рынков местных операторов.

³⁰ Palmer, M. International retail restructuring and divestment: the experience of Tesco // *Journal of Marketing Management*. – 2004. – № 20. – P. 1087

Во-вторых, экспансия ТНРК имеет своим результатом возрастающую консолидацию и транснационализацию розничного рынка страны. Как следствие, процессы слияний и поглощений получили небывалый масштаб развития в развивающихся странах в последнее время. С экономической точки зрения, усиливающаяся консолидация рынка розничной торговли принимающего региона приводят к доминированию на рынке ограниченного числа торговых операторов, обладающих монопольной властью. И, если ТНРК удаётся завоевать большую часть розничного рынка региона-реципиента и занять лидирующие позиции, применяя в том числе комплекс передовых инноваций, то это может иметь серьёзные последствия для всех субъектов региональных розничных рынков и для экономики регионов и стран в целом. Последствия эти имеют не только внутренний, но и внешний характер, определяющий место страны в системе мирохозяйственных связей.

Анализируя данную ситуацию применительно к России, следует отметить, что в последние годы наметился активный выход международных торговых сетей на рынок России, причём не только в Москву и Санкт-Петербург, как на наиболее ёмкие рынки, но и на региональные перспективные рынки. Так, например, в омском регионе на сегодня уже действуют такие международные ритейлеры, как Metro, ИКЕА, ОБИ, Auchan, представители сетей известных зарубежных брендов одежды.

Однако, государственной политики в отношении поддержки местных торговых сетей и других субъектов этого рынка, пока не выработано, а по заявлению местных чиновников, всё расставит на свои места конкуренция. Вот только, что это будут за места, они видимо ещё не догадываются. В этой связи становится актуальным дальнейший анализ рассмотренных вопросов в аспекте понимания последствий розничной глобализации для экономики России в целом, её отдельных регионов, необходимости активного внедрения инноваций в сферу обращения и выработки соответствующей государственной политики по поддержке российских участников розничной торговли.

Благодарю за внимание.

Н.В. Пузина

ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОБЛАСТИ НА ДОСТУПНОСТЬ ЖИЛЬЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИКАХ

Инновационная деятельность организаций оценивается Росстатом (официальной статистической отчетностью) с помощью системы показателей, которые отражают разработку и внедрение новых (усовершенствованных) продуктов и технологий. При этом под технологическими инновациями подразумевается деятельность предприятия, связанная с разработкой и внедрением новых или усовершенствованных продуктов и технологических процессов.

Внедрение технологических инноваций в строительной отрасли проявляется в повышении эффективности деятельности строительных организаций, что для потребителей жилья (населения) может трансформироваться в улучшение качества построенного жилья, увеличение его количества, снижение стоимости вновь введенного жилья в эксплуатацию.

Качество построенного жилья выражается посредством многих показателей, к которым можно отнести и площадь построенных квартир, и материал изготовления стен, и наличие комплексной застройки, и обустройство придомовой территории, и уровень развития инфраструктуры и много других параметров, которые зачастую в официальных статистических показателях никак не учитываются. Источником получения такой информации остаются социологические опросы населения, проведенные исследования, экспертные оценки, обзоры компаний, действующих на рынке недвижимости.

Институт демографии Государственного университета – Высшей школы экономики приводит данные о том, что 66,5% всех семей нуждаются в улучшении характеристик жилья, из них 40,8% нуждаются в дополнительных метрах площади жилья, 40,9% нуждаются в улучшении благоустройства жилья³¹. По данным Росстата число построенных квартир в России ежегодно растет, также растет средняя площадь квартиры (в 2007 году – 84,6 кв. м). В региональном разрезе данный показатель может существенно варьироваться. Так, в Омской области средний размер построенных квартир в 2007 году составил 76,6 кв. м (в городе Омске – 73,4 кв. м). При этом растет доля однокомнатных квартир и снижается доля квартир с количеством комнат больше двух. Для международного сравнения в США средняя пло-

³¹ Овчарова Л., Пишняк А. Жилищные условия семей в детях. // Электронная версия бюллетеня «Население и общество» Института демографии Государственного университета – Высшей школы экономики № 309 – 310 от 12 – 25 ноября 2007 года / www.demoscope.ru

щадь единицы вновь построенного жилья (дома, квартиры) составляла в 2007 году 229,1 кв. м³².

Качество строительства можно также определить посредством оценки количества претензионных жалоб на строительные организации дольщиками. Ежемесячно и даже еженедельно в СМИ появляется информация о низком качестве вновь построенных квартир. Так, например, по информации строительного журнала I-stroy в Москве работает «горячая линия», на которую поступают жалобы от населения на качество строительства новых домов. При этом в 2008 году в основном поступали жалобы на неудовлетворительное состояние узлов примыкания оконных блоков к стеновым проемам (8%), оконных и балконных блоков (17%), сантехники (14%), герметизации швов (5%), столярных изделий (6%), а также на качество отделочных работ (25%)³³.

Важным показателем эффективности деятельности субъектов строительного рынка являются сроки выполнения подготовительных и непосредственно строительных работ. Так, в соответствии с Указом Президента «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» от 28 апреля 2008 г. № 607 средняя продолжительность периода со дня принятия решения о предоставлении земельного участка для строительства до даты получения разрешения на строительство в городах России имела следующие величины.

Таблица 4.3

Средняя продолжительность периода со дня принятия решения о предоставлении земельного участка для строительства до даты получения разрешения на строительство в городах России

Наименование города	2007 год, дней	2008 год, дней
Омск	440	435
Волгоград	507	586
Екатеринбург	240	180
Нижний Новгород	345	345
Самара	542	441
Уфа	54	54
Челябинск	395	414
Иркутск	430	430
Красноярск	135	173

³² По данным Национальной Ассоциации строителей жилья в США / www.nahb.org

³³ Информация по материалам строительного журнала I-stroy / www.i-stroy.ru

Томск	438	372
Тюмень	920	851

В городе Омске значение показателя обусловлено продолжительностью основных этапов: подготовка градостроительного плана (1 месяц), проектирование (не менее 1 года), экспертиза (3 месяца), подготовка разрешения на строительство (10 дней). Город Томск представил показатели по результатам выборочной проверки. Общее уменьшение показателя по городам обусловлено функционированием с 2008 года системы приема и подготовки исходно-разрешительной документации, реализованной по принципу «единого окна». Администрации других городов не объясняют с чем связано изменение показателя.

Показателем качества строительства можно также считать соблюдение законодательства при строительстве домов. Нередко на российском рынке жилищного строительства наблюдается ситуация, когда риэлторами и застройщиками реализуются объекты, не имеющие необходимую разрешительную документацию и проектную декларацию. Так, на официальном сайте омского УФАС России был опубликован список из 49 жилых домов, на строительство которых заказчиками и застройщиками не были оформлены в установленном порядке разрешительные документы, в то время как квартиры во многих из представленных жилых домов уже давно выставлены на продажу и многие из них уже проданы. Характерно, что в данном списке фигурируют крупнейшие омские застройщики: ООО «УКС «АСК», ООО «НПО «Мостовик», ЗАО «Стройподряд-Имульс», ООО «ДСК «Стройбетон», ООО «ПФК «СМУ-1 КПД», ЗАО «СФ «Трест-5», ЗАО «СМТ №4».

В практике омского домостроения наблюдаются также ситуации, когда разрешение на строительство получается непосредственно перед сдачей дома в эксплуатацию, либо за несколько месяцев до этого. В среднем, по анализу сроков строительства многоквартирных жилых домов города Омска, введенных в действие во втором полугодии 2008 года, средняя продолжительность строительства (с момента выдачи разрешения на строительство до момента получения разрешения на ввод в эксплуатацию) составляет более 560 дней.

В литературе давно рассматривается вопрос о применении новых технологий быстрого возведения домов, использовании дерева и других материалов, развитии пригородных (загородных) жилых ком-

плексов. К примеру, в Томске еще в 2003 году запустили пилотный проект по строительству 1–4 этажных домов на основе канадской технологии из легких полистирольных блоков, укрепленных арматурой. Стоимость такого дома при этом равнялась средней стоимости жилья в городе, но качество предполагаемого сервиса значительно превышала типовое жилье. При этом построить такой дом можно за 30 дней³⁴.

Несмотря на многие возникающие проблемы в отношении качества, сроков строительства домов в целом рынок жилищного строительства развивается. Наблюдается количественный рост ежегодно вводимого жилья (см. рис. 4.10).



Рис. 4.10. Ввод жилья в России в 2000-2008 гг.

При этом количественный рост ежегодно вводимого жилья сопровождается улучшением качественных показателей, включающих единое остекление балконов и лоджий, устройство домофонов, внедрение всеволновой системы коллективного приема телевидения, увеличение площади и улучшение планировки квартир, оборудование приборами учета расходования холодного и горячего водоснабжения.

Среди новых строительных технологий следует отметить развитие сборно-монолитного каркасного домостроения, новой технологии остекления фасадов зданий, строительство домов из экологически чистых тепло- звукоизоляционных пеноблоков, хотя данные технологии применяются далеко не везде. Тем не менее, большинство современных квартир в новостройках, не относящихся к разряду социальных, по праву можно считать квартирами улучшенной планировки, где

³⁴ <http://com.sibpress.ru/engine/indexatta/?id=/26.09.2003/realty/61050>

увеличена площадь квартир от 69 кв. м для трехкомнатных, 53 кв. м для двухкомнатных и 39 кв. м для однокомнатных квартир, также увеличена площадь кухонь до 9 кв. м и более, все комнаты изолированы, санузлы раздельные, имеются балконы и лоджии. Дома оснащены лифтами и мусоропроводами. К тому же спрос на улучшенное качество жилья спровоцировал строительство элитного жилья, основными характеристиками которых являются отсутствие ограничений по площади, разнообразие планировок. Чаще всего будущий владелец сам планирует свое жилье. Такие квартиры снабжены высоким качеством сервиса – это подземные гаражи, мусоропровод, лифты как пассажирские, так и грузовые, кладовые и овощехранилища, большие лестничные площадки, удобные подъездные пути, возможны тренажерные залы, сауны и пр.

Одним из индикаторов внедрения инноваций в строительство жилья является снижение его стоимости. Снижение стоимости нового жилья целесообразно рассматривать в совокупности с доходами населения. Данное отношение в международной практике характеризуется термином «доступность жилья» (*housing affordability*), что означает возможность приобретения жилья потребителем. В практике ООН для оценки доступности жилья используется показатель «коэффициент доступности жилья» (*housing price to income ratio*), который рассчитывается как отношение медианной стоимости жилья к медианному размеру дохода домохозяйства за год³⁵. Величина такого показателя соответствует числу лет, в течение которых семья может накопить на квартиру при предположении, что все получаемые денежные доходы будут откладываться на приобретение квартиры.

³⁵ Urban Indicators Guidelines. UN Human Settlements Programme, August 2004; Сайт по реализации жилищной программы ООН / ww2.unhabitat.org

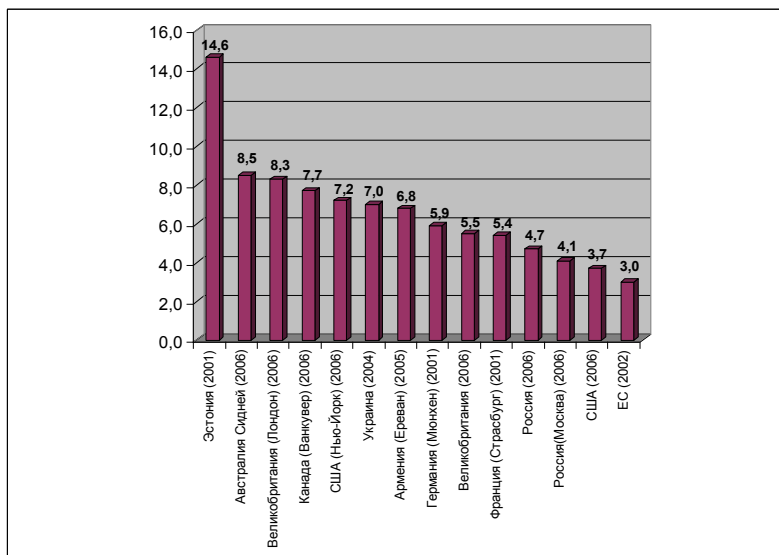


Рис. 4.11. Коэффициент доступности жилья в мире в 2006 г.
 Источник: Институт экономики города, UN Habitat, 3rd Annual Demography International Housing Affordability Survey.

Коэффициент доступности жилья в России в соответствии с методикой ФЦП «Жилище» рассчитывается на основе значений следующих показателей: средней цены 1 кв. м жилья, среднедушевых денежных доходов, умноженных на 3 (семья из трех человек), и соответствующего данному размеру семьи социального стандарта площади жилья – 54 кв. м³⁶. В 2006 году он составил около 4,7 лет, что соответствует средневропейскому уровню³⁷.

В Европе и США коэффициент доступности жилья варьируется в среднем от 3 – 4 до 5 – 6 лет, в отдельных странах СНГ коэффициент доступности жилья составляет 7 лет.

По плановым показателям Россия планирует если не опередить, то хотя бы не отставать от США – Федеральной целевой программой «Жилище» на 2010 год предусмотрено целевое значение коэффициента доступности жилья в целом по стране, равное трем годам. Примеча-

³⁶ Методика оценки эффективности федеральной целевой программы «Жилище» на 2002–2010 годы. Приложение № 9 к Федеральной целевой программе «Жилище» на 2002–2010 годы, утвержденной Постановлением Правительством Российской Федерации от 17 сентября 2001 года № 675.

³⁷ Косарева Н., Туманов А. Доступно ли россиянам жилье? Что показывает коэффициент доступности жилья. / Электронная версия бюллетеня «Население и общество» Института демографии государственного Университета – Высшей школы экономики от 29 октября 2007 года №307, проект «Демоскоп Weekly» // www.demoscope.ru

тельно, что в 1998 году до экономического кризиса семья из трех человек должна была откладывать все свои денежные доходы для приобретения стандартного жилья по средним ценам в течение 4,9 года, а после кризиса – более 7,3 года. Начиная с 1999 года, данный показатель снижался. При этом необходимо иметь в виду, что вплоть до 1998 года и несколько лет после не существовало рыночной связи между доходами населения и ценами на жилье. Это было связано с тем, что жилье все еще распределялось «бесплатно» административным путем, а заработная плата россиян никак не была связана с ценами на жилье. К примеру, размер минимальной заработной платы в 2000 году был почти в 8,5 раз меньше прожиточного минимума на душу населения, который включал в себя стоимость жилищно-коммунальных услуг. При этом стоимость жилья в капиталистических странах в то время занимала в среднем 30 – 35% заработной платы³⁸.

По мере роста заработной платы и доходов населения стал формироваться массовый платежеспособный спрос на жилье. К 2007 году коэффициент доступности жилья в России увеличился и составил около 5,3 года.



Рис. 4.12. Коэффициент доступности жилья в России в 1998-2007 гг. Источник: 1998–2007 годы – расчеты Института экономики города по данным Федеральной службы государственной статистики

Рассматривая коэффициент доступности жилья как показатель, характеризующий только соотношение цен на рынке жилья и уровня доходов населения, можно повторить, что нормальными в мировой практике считаются значения коэффициента доступности жилья, не превышающие 3 – 5 лет. В 2007 году этим международным границам

³⁸ Ореховский П.А. Жилищный вопрос в российской экономике переходного периода // Городское управление. 1998. № 4.

значений коэффициента доступности жилья соответствовали значения в 35 субъектах Российской Федерации (в 2006 году – в 45 субъектах). В 39 регионах жилье было недоступно, так как период накопления составляет более 5 лет.

В 2007 году большинство регионов Сибирского Федерального округа вошло в группу с периодом накопления от 3 до 5 лет, только коэффициент доступности жилья в Новосибирской области превысил данный диапазон.

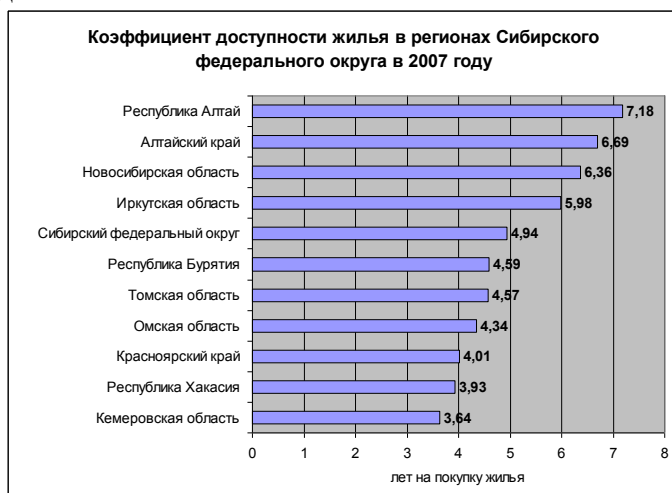


Рис. 4.13. Коэффициент доступности жилья в регионах Сибирского федерального округа в 2007 г.

Источник: расчеты по данным Федеральной службы государственной статистики

Самый высокий коэффициент доступности жилья (Республика Алтай) в 2 раза выше наилучшего показателя в Сибирском Федеральном округе (Кемеровская область). Это означает, что возможности приобретения семьями жилья в разных регионах Сибирского Федерального округа далеко не равны.

Для более точной оценки возможности приобретения жилья Институтом экономики города предлагается использовать также модифицированный коэффициент доступности жилья, показывающий время, за которое семья может накопить средства для приобретения жилья, откладывая все свои доходы, превышающие минимальные средства, необходимые для питания и удовлетворения иных базовых потребностей (прожиточный минимум).

В Сибирском Федеральном округе модифицированный коэффициент доступности жилья выглядит следующим образом (см. рис. 4.14).

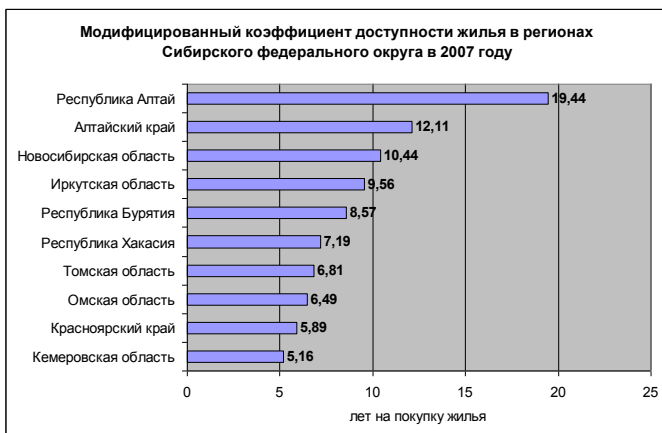


Рис. 4.14. Модифицированный коэффициент доступности жилья в регионах Сибирского федерального округа в 2007 г.

Источник: расчеты по данным Федеральной службы государственной статистики

Из графика следует, что в Сибирском Федеральном округе самым доступным жильем является жилье в Кемеровской области (5,2 года). Омская область находится на третьем месте (6,5 лет). Дольше всего сберегать средств на покупку жилья придется жителям Республики Алтай (19,4 года). При этом региональная дифференциация увеличилась практически до 4 раз.

Данные коэффициенты показывают, что в среднем российские стоимостные пропорции сопоставимы и находятся на одном уровне со многими развитыми странами. По данным государственной статистики Россия по уровню доступности жилья (соотношению доходов населения и стоимости нового жилья) не сильно отличается от западных стран и претендует на полноправный статус рыночной экономики. При этом стоит задуматься, что говорить о рыночном механизме функционирования российского рынка жилья можно хотя бы тогда, когда даже минимальная заработная плата позволяет работнику если не купить, то арендовать жилье³⁹.

³⁹ К сведению, в конце 2008 года МРОТ составил 4330 руб. в месяц, тогда как аренда однокомнатной квартиры у частных лиц в Омске равнялась 7490 руб. в месяц, в Кемерово – 9531 руб., в Томске – 9740 руб., в Тюмени – 10323 руб., в Новосибирске – 11615 руб.

Таким образом, проведенный неглубокий анализ состояния качества строящегося жилья, объемов жилищного строительства, стоимости новостроек, показывает одностороннее влияние технологических инноваций на рынок жилищного строительства, а именно, это отражается преимущественно на объемах строительства. При этом общий уровень качества строительства несомненно повышается, но тем не менее не удовлетворяет современным потребностям населения. С другой стороны, современная система оценки качества жилищного строительства находится в России на этапе формирования и поэтому не может объективно отражать потребности населения в качестве жилья. Что касается стоимости жилья, то в абсолютном выражении доступность жилья снижается, населению все труднее становится приобретать собственное жилье, и это несмотря на то, что в современном мире появилось много строительных технологий, позволяющих максимально снижать затраты на строительство домов.