

КЛАСТЕР КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН И ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

**А. Г. Пригульный, кандидат экономических наук, доцент.
Санкт-Петербургская академия управления и экономики**

Рассмотрена проблема управления инновациями в предпринимательских формированиях кластерного типа. Кластеры исследуются как условие создания и развития новых промышленных зон и инновационной среды в условиях крупной агломерации – Санкт-Петербурга.

Ключевые слова: инновация, инновационный процесс, предпринимательские организации, кластер, конкурентоспособность, новые промышленные зоны, инновационная среда

THE CLUSTER AS THE FACTOR OF FORMATION OF NEW INDUSTRIAL ZONES AND THE INNOVATIVE ENVIRONMENT IN SAINT-PETERBURG

A. G. Prigulnyj. Saint-Petersburg academy of management and economy

Article is devoted a problem of management by innovations in enterprise formations klaster type. Clusters are investigated as a condition of creation and development of new industrial zones and the innovative environment in the conditions of large agglomeration – of Saint-Petersburg.

Key words: innovation, innovative process, the enterprise organisations, the cluster, the competitiveness, new industrial zones, the innovative environment

Для большинства отраслей знаний и научных школ понятие «инновация» настолько широко применяется в настоящее время в профессиональной лексике, что стало в равной степени привычным для учёных, политиков и предпринимателей. Междисциплинарный характер данного понятия делает инновации предметом изучения различных направлений технических, технологических и экономических наук. Несмотря на то, что единства позиций в отношении содержания и сущности данного понятия, на наш взгляд, до сих пор нет, наиболее часто инновации исследуются либо как отдельный вид деятельности компаний [1–3], либо как стимул экономического развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики [4–6].

Оба подхода к исследованию инноваций имеют относительно равное значение для науки и практики как для получения общего представления о феномене инноваций, так и для разработки мер стимулирования инновационного процесса на уровне отдельных регионов и страны в целом. То есть инновация имеет черты предпринимательского и пространственного аспектов. Более того, изучения инновационной деятельности как особого предмета имеет собственную эволюцию. Изначально предметом изучения была деятельность отдельных новаторов, результат которой выражался в коммерческом успехе изобретений и изобретателей [7]. Затем, постепенно процесс возникновения и развития инноваций стал рассматриваться чаще как коллективная, чем индивидуальная деятельность. Коллективное сотрудничество в области инноваций осуществляется группами специалистов, либо даже группами компаний. Следствием такого коллективного стиля работы стало возникновение малых и крупных предпринимательских формирований, функционирующих в единой системе взаимосвязей и взаимодействий [8, 9].

Нам импонирует позиция, в соответствии с которой в настоящее время важнейшим фактором инновационной деятельности становится кластер. В кластер объединяются предпринимательские организации, функционирующие в рамках единого экономического пространства, имеющие общую отраслевую принадлежность или относящиеся по виду деятельности к смежным отраслям, которые находятся в одной производственной цепи и

объединяют свои ресурсы для осуществления совместно принятых стратегических целей.

За последнее время практика формирования и развития кластеров получила весьма широкое распространение, в том числе и в области инноваций. Кластеры развиваются сегодня в таких отраслях, как фармацевтика, компьютерные технологии, производство научных инструментов и мобильных телефонов, автомобилей, одежды, обуви и т.д. В рамках кластеров предпринимательские организации взаимодействуют друг с другом посредством обмена рабочей силой, доступа к информации, обеспечения связи между производителями и поставщиками, получения венчурного капитала или комбинацией всех этих факторов [10].

Для того чтобы эффективно реализовать идею кластера в управлении инновациями необходимо понимать, что инновации не могут быть целевой установкой ни для предпринимательских, ни для пространственных образований. Инновации важны не сами по себе, а в силу того, что освоение инноваций тесно связано с другой актуальной экономической проблемой – конкурентоспособностью. Большинство компаний, представляя конкурентные силы в предпринимательском секторе, ищут способы увеличения собственной конкурентоспособности и конкурентоспособности национальной экономики своей страны.

Однако как показывают результаты исследования, содействие повышению конкурентоспособности посредством поддержки инновационной деятельности выглядит парадоксально. Инновационная деятельность, на наш взгляд, связана с рисками и неопределённостью. Инновации на начальном этапе их освоения могут свести прибыль к убытку, а показатели изменения производительности труда к отрицательному значению.

То есть проблема конкурентоспособности оказывает влияние на сам инновационный процесс. С одной стороны, поскольку компании конкурируют друг с другом и конкуренция всё чаще касается внедрения новых технологий, разработки новой продукции или услуг, это лишь увеличивает неопределённость на рынке. Инновация становится принципиально дестабилизирующим фактором, и чем она более радикальная, тем более дестабилизирующее влияние она оказывает на состояние компании. С другой стороны, компании постоянно реагируют на инновации как свои собственные, так и чужие, но они также должны поддерживать определённый уровень стабильности, чтобы иметь возможность получать прибыль и ставить краткосрочные и долгосрочные производственные цели.

Этот парадокс становится настоящим мотивом выработки и реализации единой стратегии управления инновационной деятельностью для всех предпринимательских организаций, входящих в состав кластера. На наш взгляд, возможно осуществление различных стратегий.

Первый стратегический подход предполагает содействие возникновению инноваций внутри компаний, но при этом предостерегает от последствий инновационной деятельности иных компаний, которые своими действиями в области инноваций могут оказать влияние на поведение отдельных субъектов предпринимательства, в том числе на регионы их дислокации. Очевидно, что одним из важнейших вопросов для компаний становится не только реализация отдельных инноваций, но и организация инновационного процесса в целом.

Второй подход подразумевает распространение деятельности крупнейших корпоративных предпринимательских организаций далеко за пределы своего региона, то есть за пределы страны и континента. Подобная деятельность связана с глобальной экономикой и приобретает транснациональный характер. Компании такого типа используют мировой рынок в рамках своей производственной системы и таким образом снижают риск неопределённости. Зачастую такие компании следуют стратегии вертикальной интеграции, что позволяет им получать контроль над рынком сырья и своими потребителями посредством контроля над поставщиками и дистрибьюторами. Это означает контроль над всем производственным процессом.

Вместе с тем существует подход, который связан с объективным процессом вовлечения крупных предпринимательских организаций в процесс сокращения количества работников и сосредоточения на основном виде деятельности за счёт сворачивания своих

периферийных функций. Этот подход можно назвать вертикальной дезинтеграцией. Он применяется для сокращения расходов и обеспечения реализации производимой продукции с более эффективным результатом.

Кроме того, существует ещё один способ повышения эффективности путём нивелирования неопределённости и внедрения инноваций на региональном уровне, которому стали уделять особое внимание в научной и социальной литературе в последнее десятилетие и который можно назвать горизонтальной интеграцией. Горизонтальная интеграция применяется региональными кластерами компаний, которые тесно сотрудничают в экономическом, социальном и наукоёмком направлениях инновационной деятельности.

Именно этот подход наиболее успешно может быть реализован в кластере производства автомобильных компонентов в Санкт-Петербурге. Это будет полностью соответствовать видению проблемы Правительством Российской Федерации, которое проводит стратегический курс на развитие отечественного машиностроения как «локомотива» национальной экономики. Особое значение в этой связи придается развитию автомобилестроительной отрасли и смежных с ней отраслей по производству автомобильных узлов и компонентов, поскольку именно автомобилестроение, как свидетельствует мировой опыт, всегда служило мощным рычагом обновления технологий, внедрения новых научно-технических и конструкторских разработок, создания новых рабочих мест и преобразования региональной экономики.

Однако в любой стране, как показывают результаты исследований, реально автомобильная промышленность начинает развиваться тогда, когда автомобильные компоненты производятся отечественным производителем. Мы исходим прежде всего из той предпосылки, что производство автомобильных компонентов является технологически более сложным, зависит от тесноты кооперационных взаимосвязей со смежными отраслями и в объемах производства автомобиля составляет максимальную долю. На наш взгляд, именно этим фактором вызвана тенденция к увеличению доли стоимости компонентов в автомобиле.

По этой причине Правительством Российской Федерации одним из основных условий привлечения крупнейших иностранных сборщиков автомобилей для организации производства на территории нашей страны было установлено требование «локализации производства» автомобильных компонентов на территории Российской Федерации. В соответствии с этим условием иностранным производителям легковых автомобилей предоставлены временные таможенные льготы на ввоз комплектующих при условии обеспечения в течение ограниченного срока приобретения автомобильных компонентов, услуг и иных работ в размере 30–40 % от стоимости автомобиля у российских производителей.

Для Санкт-Петербурга развитие такой отрасли, как автомобильная промышленность в крупных масштабах, – явление новое. Рассматривая эту проблему, правительство Санкт-Петербурга своевременно осознало, что формирование кластера производителей автомобильных компонентов для решения вопроса локализации автосборки без активного содействия со стороны города будет существенно затруднено. Это обстоятельство может по объективным причинам негативно повлиять на развитие производства автомобильных компонентов в регионе и соответственно на реализацию проекта формирования автопромышленного кластера в целом.

В связи с этим принято решение о создании специального координирующего органа по разработке проектов соответствующих городских нормативных актов, целевой городской программы по развитию производства автомобильных компонентов и контролю их реализации – рабочей группы по разработке и реализации мероприятий, направленных на формирование кластера производителей (поставщиков) комплектующих изделий для нужд автомобильной промышленности Санкт-Петербурга.

Однако этих мер недостаточно. Необходимо определить этапы и технологическую последовательность формирования кластера, определить модель и утвердить стратегию кластера автомобилестроительной отрасли в петербургском регионе.

Дело в том, что предполагаемые к включению в состав кластера автосборочные предприятия располагаются на производственных площадках в разных частях города и пригородной зоны. В этой связи было логично разместить объекты производства комплектующих в непосредственной территориальной близости от автосборочных заводов, а остальных производителей автомобильных компонентов – в отдельном индустриальном парке, расположенном в непосредственной близости к кольцевой автомагистрали. То есть в состав кластера могут быть включены центральный индустриальный промышленный парк, выполняющий роль ядра кластера, индустриальные парки по производству автомобильных компонентов, которые станут сателлитами автосборочных заводов, и региональные предприятия различных «уровней кооперации», поставляющих производителям автомобильные компоненты: сырье, материалы, мелкие комплектующие и элементную базу.

В составе такой кластерной модели мы видим различные типы компаний, расположенных в относительной близости друг от друга. Поэтому они могут составить интеграционные экономические кластеры или территориальные скопления, которые в ближайшей перспективе могут стать промышленными зонами нового типа и инновационной средой таких крупных регионов, как Санкт-Петербург. По типам интеграционные кластеры могут существенно отличаться. В некоторых случаях эти кластеры действительно могут быть инновационными в отношении производимых автомобильных компонентов или услуг, связанных с поставкой, наладкой и даже дальнейшим обслуживанием отдельных автомобильных компонентов. Кластеры, имеющие инновационный характер, можно охарактеризовать как зоны интеграционной экономики, включающие компании (предпринимательские организации), расположенные в непосредственной близости друг от друга. Это позволит снизить операционные издержки, создать гибкие региональные производственные системы, которые смогут использовать различные формы общественного капитала и стать основой скоординированной сети поставщиков, производителей и потребителей.

Такой подход к моделированию кластера является упрощенным, но нам представляется, что это реальный путь к формированию новых промышленных зон и инновационной среды в Санкт-Петербурге.

Литература

1. Переходов В.Н. Основы управления инновационной деятельностью. М.: ИНФРА-М., 2005. 220 с.
2. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. М.: Финансы и статистика, 2005. 304 с.
3. Аньшин В.М. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые концепции и механизмы инновационного развития. М.: Дело, 2007. 584 с.
4. Анчишкин А.И. Наука – техника – экономика. М.: Экономика, 1989. – 383 с.
5. Инновационный путь развития для новой России / В.П. Горегляд [и др.]; под ред. В.П. Горегляд. М.: Наука, 2005. 343 с.
6. Голиченко О.Г. Национальная инновационная система России: состояние и пути развития. М.: Наука, 2006. 395 с.
7. Фолта Я. История естествознания в датах: хронол. обзор / предисл. и общ. ред. А.Н. Шамина. М.: Прогресс, 1987. 494 с.
8. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. М.: Экономика, 2004. 448 с.
9. Янсен Ф. Эпоха инноваций. М.: ИНФРА-М, 2002. 308 с.
10. Инновации в бизнесе. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 188 с.