

Особенности стратегического планирования и развития конкурентных преимуществ городских агломераций (на примере Санкт-Петербурга)

Богданова Наталья Владимировна

Северо-Западный институт управления — филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург)

Аспирант научно-исследовательской кафедры стратегии, территориального развития и качества жизни
bnv1989@yandex.ru

Фьерару Валерия Александровна

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Аспирант специализированной кафедры ПАО «Газпром»
valerie.fieraru@gmail.com

РЕФЕРАТ

В статье дано понятие стратегии и процесса стратегического планирования. Рассмотрены необходимые условия и предпосылки для обеспечения устойчивого социально-экономического развития и роста экономики городских агломераций. Рассмотрена Стратегия экономического и социального развития Санкт-Петербурга в части развития творческих индустрий. Раскрыты основные положения компаративного анализа определения креативных отраслей, обозначенных в Стратегии 2030, и актуального состояния креативного сектора экономики. Обозначены предпосылки актуализации Стратегии 2030 в части развития креативных отраслей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

стратегическое планирование, стратегия, конкурентное преимущество, «точки роста», устойчивое развитие, экономический рост, креативность, творческие индустрии, креативные отрасли

Bogdanova N. V., Fieraru V. A.

Features of Strategic Planning and Development of Competitive Advantages of City Agglomerations (on the Example of St. Petersburg)

Bogdanova Natalya Vladimirovna

North-West Institute of Management — branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Saint-Petersburg, Russian Federation)

Graduate student of the Chair of Strategy, Territorial Development and Quality of Life
bnv1989@yandex.ru

Fieraru Valeria Aleksandrovna

Saint-Petersburg State University of Economics (Russian Federation)

Graduate student of specialized Chair of PJSC Gazprom
valerie.fieraru@gmail.com

ABSTRACT

This article determines definition of strategy and strategic planning. It also deals with terms and conditions that provide sustainable economic and social development and economic growth of city agglomerations. Strategy of economic and social development of Saint Petersburg until 2030 is analyzed in terms of creative industries development. Basic statements of comparative analysis of creative industries (according to Strategy 2030) and status of the creative sector of the economy are discussed. Preconditions for Strategy 2030 actualization are represented from the point of creative industries development.

KEYWORDS

strategic planning, strategy, competitive advantage, «point of growth», sustainable development, economic growth, креативность, creative industry

Стратегия — это путеводитель к выверенным приоритетам и целям через хаос будущего и неизвестного. Это мудрость, умноженная на точно выбранный вектор атаки с оценкой ресурсной ограниченности.

*В. Л. Квинт, стратег, академик РАН,
доктор экономических наук, профессор*

Мир вступает в эпоху урбанизации, где динамизм и интенсивность развития становятся неотъемлемой его частью. Урбанистический переход, начавшийся в мире в период XIX–XX вв., привел к тому, что в последние пять лет более половины населения Земли проживает в городах, а это более 3,9 млрд чел. Данный тренд закономерен и в отношении России, где, по оценке, в 2016 г. численность населения составила 146,5 млн чел., а уровень урбанизации — 74,2%. В соответствии с долгосрочным прогнозом ООН Хабитат, в 2030 г. — при сокращении численности населения в Российской Федерации до 99,2 млн чел. — уровень урбанизации возрастет до 76,9%.

Сегодня города (в обычном понимании этого слова) перестают быть просто «крупными населенными пунктами» — создаются все предпосылки для появления и развития городских агломераций — комбинированных территорий, требующих нетривиального подхода к развитию. В практике современного стратегического планирования агломерации рассматриваются как особо перспективные «точки» роста единой системы расселения на территории того или иного государства. Под термином «городская агломерация» понимается компактная территориальная группировка городских и сельских поселений, объединенных в динамичную систему многообразными экономическими и социальными связями.

Сложные механизмы не могут развиваться хаотично. Не могут — если мы говорим с точки зрения эффективности, благополучия и перспективы. Для такого сценария нужна стратегия, которая позволит оценить возможности и угрозы, определить слабые точки и, что немаловажно, конкурентные преимущества. Под понятием «конкурентное преимущество» подразумевается свойство, выгодно отличающее одну систему (субъект) от другой, которое дает ей превосходство и является значимым для устойчивого развития. Источники конкурентных преимуществ региона — реализованный потенциал, используемый для обеспечения его конкурентных преимуществ. В качестве источников конкурентных преимуществ могут выступать природно-ресурсный, информационный, инфраструктурный, инвестиционный, трудовой и инновационный потенциалы [4].

Стратегия для агломерации должна создаваться с точки зрения рациональности, а не потому, что «так надо». Наличие нормативно-правовой базы на территории, где создается стратегия — это большой «плюс», но нормативно-правовые обязательства не должны стать ведущей причиной создания и последующей реализации стратегии. Потому что такого рода документ должен быть «живым», подвижным, гибким и иметь связь с обществом.

Городские агломерации являются сосредоточением разноплановых слоев общества, обладающим как негативными признаками, так и потенциалом — научным, техническим, финансовым, креативным. При создании на долгосрочном горизонте устойчивых тенденций как экономического, так и социального развития и проведении здоровой государственной политики агломерация имеет все шансы стать центром роста, эволюции и прогресса.

Стратегия — это всегда ставка на один из сценариев будущего, что обязательно содержит неопределенность и большую вероятность ошибки. Стратегия представляет собой системы поиска, формулирования и развития доктрины, которая обеспечит долгосрочный успех, однако при одном важном условии — последовательная и полная ее реализация. Это результат системного анализа среды, прогнозов будущих условий на основе стратегического мышления и глубоких знаний [1; 2].

В последние несколько лет разработка стратегий социально-экономического развития стала обязательной практикой в городах и субъектах Российской Федерации. Повышенное внимание к вопросам стратегического планирования обусловлено необходимостью обеспечения устойчивого социально-экономического развития и национальной безопасности в условиях постоянно изменяющихся международных политических и экономических отношений, формирующих новые вызовы и угрозы для развития общества и государства. Процесс социально-экономических преобразований в Российской Федерации требует непрерывного совершенствования системы стратегического планирования экономического и социального развития, в связи с чем вопросу разработки стратегий уделяется существенное внимание со стороны органов государственной власти¹.

В современной практике государственного стратегирования, безусловно, не уйти от формальностей, установленных федеральным и территориальным законодательством. В ходе создания социально-экономических стратегий сформулированы базовые принципы, которые актуальны для любого федерального субъекта:

- принцип приоритета национальных интересов Российской Федерации, определяемых документами стратегического планирования;
- принцип признания в условиях современных вызовов особой роли человека и знаний в социально-экономическом развитии;
- принцип обеспечения устойчивости развития на основе соблюдения баланса социально-экономических интересов;
- принцип обязательности применения индикаторов оценки уровня достижения (исполнения) установленных целей;
- принцип нацеленности на достижение максимально возможных результатов и принятие для этого всех необходимых мер;
- принцип учета ресурсных возможностей при выборе основных приоритетов и целей социально-экономического развития;
- принцип обеспечения эффективности функционирования государственных институтов и институтов гражданского общества.

Также при разработке как стратегии, так и экономической политики регионального развития необходимо верно распределить конкурентные преимущества по стратегическим приоритетам. В том случае, если для конкретного приоритета у региона нет конкурентных преимуществ (или их формирование прогнозируется только в значительной перспективе), от такого приоритета необходимо отказываться для того, чтобы не отрываться от реальной почвы [3].

Стратегия социально-экономического развития как документ долгосрочного государственного планирования устанавливает приоритеты и цели, для достижения которых рекомендуется выполнение необходимых условий:

- включение стратегии в систему документов государственного планирования (в качестве Закона субъекта федерации), обеспечивающих возможность принятия необходимых мер и ресурсного обеспечения для достижения установленных целей социально-экономического развития;

¹ См. например: Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс (дата обращения: 24.11.2016).

- обеспечение направленного и конструктивного взаимодействия исполнительных органов государственной власти с законодательной властью региона;
- привлечение представителей бизнеса к реализации заявленных целей социально-экономического развития, путем приглашения предпринимательского сообщества к участию в реализации приоритетных инвестиционных проектов на взаимовыгодных условиях (в частности, можно рассматривать внедрение механизмов государственно-частного партнерства);
- непосредственное участие в реализации стратегии населения, а также заинтересованных профессиональных, научных объединений и организаций — данное условие призвано обеспечить снижение неопределенности будущего и повышение информированности населения о деятельности исполнительных органов государственной власти; формирование гражданской позиции и ответственности, а главное — понимания того, что для обеспечения стабильности и процветания в будущем важен вклад каждого гражданина сегодня.

Эффективная государственная стратегия, обеспечивающая долгосрочный рост и благополучие, должна быть создана, а впоследствии и реализована, совместными усилиями органов власти, государственных предприятий, представителей частного бизнеса, а также общественных и научно-образовательных организаций. Только в этом случае будут наиболее полно сформированы благоприятные условия для обеспечения устойчивого роста экономики и достижения на этой основе стратегических целей социально-экономического развития.

Однако, помимо общих характеристик, свойственных государственным стратегиям вследствие норм и правил законодательства, стратегия каждого отдельно взятого региона (города или субъекта федерации) должна иметь отличительные особенности, подчеркивающие конкурентные преимущества и потенциальные «точки роста» экономики. Так, например, в Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 г. артикулируются идеи наращивания человеческого капитала, повышения качества городской среды и развития экономики знаний. Одним из инструментов культивации данных «точек роста» является раскрытие творческого потенциала Санкт-Петербурга.

Важно отметить, что развитие креативности не подменяет исторически сложившуюся культурную значимость Санкт-Петербурга (табл. 1), а напротив — дополняет ее, содействуя получению Санкт-Петербургом статуса не просто историко-культурного центра мирового уровня, но и современного, инновационного, креативного мегаполиса.

Феномен городской креативности получил отражение во второй половине XX в. в работах американских урбанистов и социологов Ч. Лэндри и Р. Флориды. Именно тогда были разработаны первые тезисы, утверждающие, что именно творческая составляющая — новый фактор конкурентоспособности в условиях постиндустриального городского развития: креативность «превратилась в основной источник конкурентного преимущества» [6, с. 18]. Концепция креативности, носителем которой является «креативный класс», доказала свою значимость как для экономического, социального, так и для территориального развития города. Именно развитие креативных индустрий, вкупе с другими системообразующими для города отраслями и секторами экономики, обеспечивает устойчивый экономический рост, содействует ускоренному развитию человеческого капитала, а также позволяет осуществлять трансформацию городского пространства в сторону повышения качества городской среды.

Развитие творческих отраслей — один из приоритетов социально-экономического развития Санкт-Петербурга — невозможно без создания понятийного аппарата и реализации ряда конкретных мероприятий, объединяющих усилия органов государственной власти, бизнеса, населения и представителей креативного класса.

**Эволюция культурной, научно-образовательной и креативной функций
Санкт-Петербурга**

Санкт-Петербург (1703–1917)	Ленинград	Санкт-Петербург 2013	Санкт-Петербург 2030
Центр культуры, науки, образова- ния	• Интеллекту- альный центр; • образователь- ный центр	• Историко-культур- ный центр миро- вого уровня; • образовательный, научный и инно- вационный центр; • деловой и турист- ский центр	• Историко-культур- ный центр миро- вого уровня; • образовательный, научный и инно- вационный центр; • центр креативных индустрий; • деловой, управ- ленческий и ту- ристский центр

Составлено авторами на основе Постановления Правительства Санкт-Петербурга от 13.05.2014 № 355 «О Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года».

Существенным барьером на пути раскрытия творческого потенциала Санкт-Петербурга является отсутствие законодательно закреплённого понятия «креативных отраслей». Стратегией 2030 к числу творческих индустрий отнесены следующие: музыка, изобразительные искусства, кино, исполнительские искусства, галерейный бизнес, мода, издательское дело, реклама, дизайн, архитектура, интернет и компьютерные технологии, культурный туризм¹. В «Основах государственной культурной политики» творческие индустрии отождествляются с культурным сектором и включают в себя следующее: «промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации»².

Понятием, повсеместно используемым на территории европейских государств, является определение, сформулированное Департаментом культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании и включающее ряд креативных отраслей: рекламу, архитектуру, ремесла, дизайн мебели, моделирование и дизайн одежды, кино и видео, ТВ, радио и интернет, изобразительное искусство и антиквариат, писательское и издательское дело, музеи и наследие, графический дизайн, компьютерные игры, музыку, исполнительское искусство. Однако на практике креативные индустрии состоят из гораздо большего ряда областей, тесное взаимодействие которых создаёт синергетический эффект для городской экономики.

Классификация, используемая в качестве базовой при разработке Индекса креативного капитала экспертами фонда Calvert 22 и PwC в России, включает в себя расширенный перечень указанных выше творческих секторов и представляется наиболее полно отражающим развитие креативного сектора определением (рис. 1).

Однако для эффективной реализации политики в сфере поддержки и развития креативных отраслей целесообразно не только обозначить виды деятельности,

¹ Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 13.05.2014 № 355 «О Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года».

² Указ Президента РФ от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» // СПС Консультант Плюс (дата обращения: 24.11.2016).

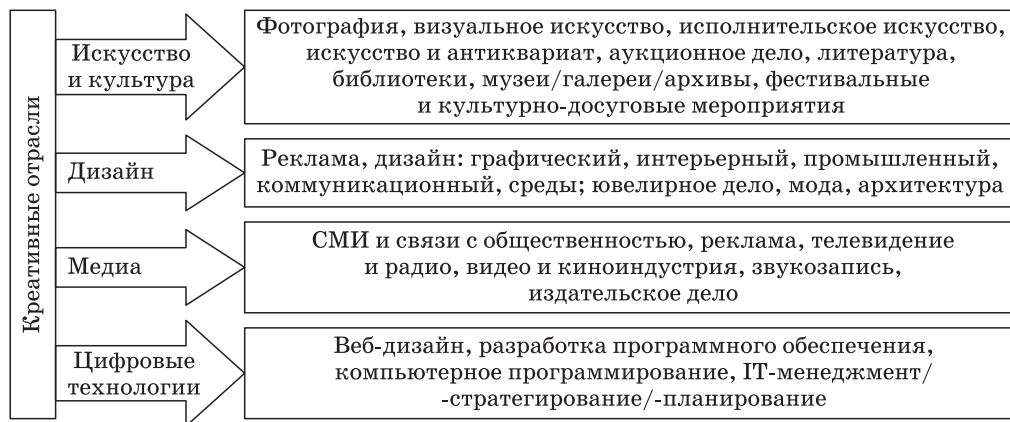


Рис. 1. Структура креативных отраслей (составлено авторами на основе [5, с. 7])

входящие в структуру креативного сектора, но и обозначить непосредственных участников данной отрасли: креативных предпринимателей, осуществляющих разработку, производство, коммерциализацию креативного продукта в процессе творческой деятельности.

Несмотря на выделение в качестве приоритета городского развития содействия процветанию креативных отраслей, ни Стратегия 2030, ни государственные программы Санкт-Петербурга, посредством которых в краткосрочном периоде должны быть реализованы цели Стратегии, не содержат ни одного показателя или индикатора, характеризующего динамику развития творческого сектора в экономике Санкт-Петербурга, за исключением % от валового регионального продукта: доля креативных отраслей в ВРП города, согласно Стратегии 2030, будет составлять порядка 12% к 2030 г. Однако данного показателя недостаточно для комплексного анализа развития данной индустрии; важность статистического учета, разработки конкретных целевых ориентиров и их обозначение в документах стратегического планирования города обусловлены тесной взаимосвязью креативных отраслей с развитием туризма и туристической привлекательности Санкт-Петербурга, созданием комфортной для творческой реализации среды, содействия инвестиционной привлекательности.

В качестве таких показателей в рамках актуализации Стратегии могут быть использованы: индекс креативного капитала; среднегодовая численность занятых в отрасли; оборот предприятий отрасли; уровень обеспеченности населения культурно-досуговыми учреждениями, в том числе креативными кластерами; удельный вес выпускников по специальностям креативного сектора в общей численности выпускников образовательных организаций высшего образования.

В заключение хочется подчеркнуть, что процесс стратегического планирования долгосрочного социально-экономического развития представляет собой непрерывную, сложную и многоплановую деятельность по формулированию (а также, при необходимости, и актуализации) целей и приоритетов развития, а также определению конкурентных преимуществ и «точек роста», что в будущем предопределил характер и направленность, а главное, эффективность разрабатываемых комплексов мероприятий для последующей реализации стратегии.

Система стратегического планирования Санкт-Петербурга находится на пути своего формирования, определяются новые и актуализируются уже существующие приоритеты городского развития. На данном этапе необходимо уделить особое

внимание развитию креативного класса в самых разных отраслях экономики города, поскольку создание такой «платформы» для роста сегодня обеспечит устойчивое развитие в будущем и укрепит конкурентные преимущества Санкт-Петербурга как на российском, так и на международном уровне.

Литература

1. Квинт В. Л. Поиск и исследование философских корней теории стратегии. Взаимосвязь философского и стратегического мышления // Управленческое консультирование. 2016. № 1(85). С. 15–21.
2. Квинт В. Л. Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке. М. : Бизнес Атлас, 2012.
3. Козырев А. А. Реализация конкурентных преимуществ региона в стратегии инновационного развития // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. Т. 10. № 6. С. 315–323.
4. Козырев А. А. Рекомендации нобелиата экономике России, или как нам реализовать конкурентные преимущества // Управленческое консультирование. 2016. № 1(85). С. 47–63.
5. Креативный капитал и глобальная конкуренция за будущее // Обзорные материалы «Креативный капитал российских городов». СПб., 2016.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее // The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. М. : Классика-XXI, 2005.

References

1. Kvint V. L. *Search and Investigation of Philosophical Base of the Theory of Strategy. Interrelation of Philosophical and Strategic Thinking* [Poisk i issledovanie filosofskikh kornei teorii strategii. Vzaimosvyaz' filosofskogo i strategicheskogo myshleniya] // Administrative consulting [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. 2016. N 1 (85). P. 15–21. (rus)
2. Kvint V. L. *Strategic management and economy on global emerging market* [Strategicheskoe upravlenie i ekonomika na global'nom formiruyushchemsya rynke]. M. : Business Atlas, 2012. (rus)
3. Kozыrev A. A. *Realization of competitive advantages of the region in the strategy of innovative development* [Realizatsiya konkurentnykh preimushchestv regiona v strategii innovatsionnogo razvitiya] // Central Russian bulletin of social sciences [Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk]. 2015. V. 10. N 6. P. 315–323. (rus)
4. Kozыrev A. A. *Recommendations of the Nobel Laureate on Economy to Russia or How Can We Realize Competitive Advantages* [Rekomendatsii nobeliata ekonomike Rossii, ili kak nam realizovat' konkurentnye preimushchestva] // Administrative consulting [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. 2016. N 1 (85). P. 47–63. (rus)
5. *Creative capital and global competition for the future* [Kreativnyi kapital i global'naya konkurentsiya za budushchee] // Survey materials «Creative Capital of the Russian Cities» [Obzornye materialy «Kreativnyi kapital rossiiskikh gorodov»]. SPb., 2016. (rus)
6. Florida R. *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* [Kreativnyi klass: lyudi, kotorye menayut budushchee]. M. : Classic-XXI, 2005 (rus)