

Автонова Вера Юрьевна

кандидат экономических наук, докторант
 Московского государственного института
 индустрии туризма им. Ю.А. Сенкевича
 dom-hors@mail.ru

К ВОПРОСУ О СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ МОНОПРОДУКТОВЫХ РЕГИОНОВ НА ОСНОВЕ СОЗДАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ

Аннотация:

В статье рассмотрены особенности развития монопродуктовых регионов, в которых преобладающая отрасль находится на разных стадиях жизненного цикла. Предложена структура инновационного кластера, выступающего в качестве основы для формирования инновационной политики монопродуктового региона; рассмотрены три стратегии развития субъектов, в которых наиболее значимый выпускаемый продукт находится на разных стадиях жизненного цикла.

Ключевые слова:

монопродуктовый регион, инновационный кластер, стратегия развития, жизненный цикл продукта, инновационное развитие, диверсификация, специализация, экспансия.

Avtonova Vera Yuryevna

PhD in Economics,
 D.Phil. applicant,
 Moscow State Institute of Tourism Industry
 dom-hors@mail.ru

CONCERNING STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE MONO INDUSTRY REGIONS ON THE BASIS OF THE INNOVATIVE CLUSTERS CREATION

The summary:

The article deals with specifics of development of the mono industry regions, in which the predominating industry is on the various stages of life cycle. The author describes a structure of the innovative cluster functioning as a basis for development of the innovative policy in the mono industry region. The paper suggests the three strategies for development of the region, in which the most significant product is on the various life cycle stages.

Keywords:

mono production region, innovative cluster, development strategy, life cycle of a product, innovative development, diversification, specialization, expansion.

Монопродуктовые регионы специализируются на выпуске определенного вида продукции. К их числу относятся: республика Калмыкия (сельское хозяйство), Астраханская область (топливная промышленность), Камчатская область (пищевая промышленность), Липецкая область (черная металлургия), Красноярский край (цветная металлургия), Магаданская область (цветная металлургия), Эвенкийский автономный округ (электроэнергетика), Вологодская область (черная металлургия), Республика (Саха) Якутия (цветная металлургия), Агинско-Бурятский АО (электроэнергетика), Ямало-Ненецкий АО (топливная), Ненецкий АО (топливная промышленность), Ханты-Мансийский АО (топливная промышленность) [1].

Кроме того по данным Министерства регионального развития в 2011 г. количество моногородов в стране насчитывало 335 с численностью населения 15,9 млн чел., то есть 11 % от общего числа жителей в стране [2]. Следовательно, вопрос устойчивости экономического развития региона имеет большое значение особенно после вступления России в ВТО и должен регулироваться на национальном уровне.

В этой связи автором представляется актуальным вопрос развития стратегического видения монопродуктовых регионов и предложения инновационных подходов к повышению эффективности их развития и обеспечению конкурентоспособности производимой продукции.

В целом, экономическая устойчивость региона складывается из обеспечения занятости населения, снижения уровня социальной напряженности, объема производимых налоговых отчислений.

Данные показатели в монопродуктовых регионах в большей части зависят от востребованности доминирующей продукции на внутреннем и внешнем рынках, объемов выпуска, уровней производственной оснащенности и инновационной активности монопродуктовых предприятий. Таким образом, можно выявить корреляцию между стадиями жизненного цикла преобладающего вида продукции (внедрение, рост, зрелость, спад) и уровнем экономической устойчивости монопродуктового региона (таблица 1).

Очевидно, что большинство видов продуктов, на которых специализируются рассматриваемые отечественные монопродуктовые регионы и моногорода, находятся на стадии зрелости (цветная металлургия) или упадка (угольная промышленность), в меньшей степени на стадии роста (электроэнергетика). Соответственно дальнейшее развитие региона должно ориентироваться на применение инновационного подхода для обеспечения его устойчивого роста.

Таблица 1 – Особенности деятельности монопродуктовых предприятий на разных стадиях жизненного цикла продукта

Стадии жизненного цикла продукта (характеристика стадии)	Внедрение	Рост	Стабильность	Снижение
Расходы на маркетинг	Высокие затраты на маркетинг	Стабилизация маркетинговых расходов	Вложение средств в маркетинговую деятельность в целях поддержания спроса	Сокращение маркетинговых расходов
Объемы продаж	Низкие объемы продаж	Увеличение спроса на продукцию	Стабильность спроса	Снижение объемов продаж
Финансы	Убыточная деятельность	Рост прибыли	Медленный рост прибыли. Поддержание роста прибыли за счет оптимизации издержек	Снижение размера прибыли
Инновации	Активная инновационная деятельность разработчиков продукции для отрасли, к числу которых относятся монопродуктовые предприятия и внешние разработчики	Осуществление инновационной деятельности монопродуктовыми предприятиями в целях расширения пространства продукта на внутреннем и внешнем рынках	Инновационная деятельность проводится в целях поддержания конкурентных преимуществ монопродукта региона	Очень низкая или совсем отсутствует инновационная активность у предприятий отрасли
Производственные мощности	Малая оснащенность	Увеличение производственных мощностей	Загруженность производственных мощностей	Производственные мощности предприятий не задействованы в полной мере
Экономическая устойчивость региона	Низкая	Высокая	Стабильная	Низкая

Важнейшим инструментом обеспечения инновационного развития монопродуктового региона в настоящее время, по мнению автора, является создание и развитие инновационного кластера, позволяющего выработать наиболее эффективную стратегическую политику с учетом экономических особенностей преобладающей в регионе отрасли и требований внешней среды.

Впервые в мировой экономике формирование кластерной политики началось в 1990-х гг. в связи с организацией индустриальных кластеров, представляющих собой географическую концентрацию отраслей, получающих преимущества функционирования вследствие совместного расположения [3].

Кластерная концепция получила свое широкое распространение с появлением работ Майкла Портера: об индустриальных кластерах, о региональных кластерах, в которых подробно описывается взаимосвязь между кластерным партнерством и конкурентоспособностью организаций и отраслей. Автор дает следующее определение понятию «кластер»: «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [4].

По мнению автора, в структуре инновационного кластера можно выделить две наиболее важные группы субъектов: первая – инновационно-ориентированные компании, входящие в кластер, готовые к внедрению инновационных продуктов, объединенные единым родственным сектором. Связи между ними могут быть как вертикальными, так и горизонтальными, влекущими за собой социальные отношения или сети, которые формируются вокруг ядра кластера и приносят выгоду своим участникам. Второе – научные центры (НИИ, университеты, технопарки), деятельность которых способствует возникновению инновационных продуктов, формированию конкурентных преимуществ отрасли и высоких результатов функционирования региона.

В зависимости от стадии жизненного цикла продукта, доминирующего в монопродуктовом регионе, следует развивать разные стратегии развития субъекта. Можно выделить три наиболее значимые стратегии:

– экспансия или географическое распространение производимого продукта на внутренних и внешних рынках характерна для монопродуктового региона, в котором превалирует отрасль, находящаяся на стадии роста;

– специализация предполагает активное развитие превалирующей в монопродуктовом регионе отрасли, находящейся на стадии зрелости, благодаря усиленному осуществлению инновационной деятельности и масштабному внедрению инновационных проектов, позволяющих оптимизировать издержки производства и обеспечивать рост выпускаемого продукта;

– диверсификация – развитие в экономике региона нового направления хозяйственной деятельности на основе усиления влияния новой отрасли, отвечающей требованиям внешней среды, что может происходить путем создания организаций с нуля; объединения усилий совместно действующих организаций; приобретения нового вида бизнеса (дружественное слияние, враждебное поглощение); привлечения в регион транснациональных корпораций; расширения кооперации с международными структурами. Данный вид стратегии наиболее приемлем для монопродуктовых регионов, в которых доминирующая отрасль экономики находится на стадии спада, то есть происходит снижение экономической устойчивости региона. При этом существующий вид деятельности следует продолжать развивать, а совершенствование новой отрасли в регионе позволит повысить ее экономическую устойчивость. Однако данный процесс в монопродуктовом регионе может столкнуться с рядом барьеров, которые необходимо учитывать. Среди основных ограничений следует указать следующие: требуемые капиталовложения, эффект масштаба, наличие каналов распределения продукции, доступ к ним и к сырью, социокультурное распределение, отсутствие поддержки со стороны государства.

Таким образом, комплексное стратегическое развитие монопродуктовых регионов с учетом внедрения инновационного кластера можно представить следующим образом (рисунок 1).



Рисунок 1 – Стратегическое развитие монопродуктовых регионов на основе инновационного подхода

Ссылки:

1. Немченко Г.И., Степанов Е.Д. К вопросу об определении моногородов и монорегионов. URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/v/Conferences/2012/C1/166.pdf> (дата обращения: 11.10.13).
2. ВТОрична для России? Вступление России в ВТО: аналитический обзор // Ernst&Young, Российская экономическая школа. М., 2012. 92 с.
3. Макарова И.В., Максимов А.Д. Ступени лидерства: стратегические ориентиры технологической модернизации промышленности регионов России // Креативная экономика. 2012. № 5. С. 59–65.
4. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М., 2005. 608 с.

References:

1. Nemchenko, GI & Stepanov, ED 2013, *On the definition of single-industry towns and monoregionov*, URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/v/Conferences/2012/C1/166.pdf> (date accessed: 11/10/13).

2. 'Secondary for Russia? Russia's WTO accession: an analytical review' 2012, *Ernst & Young, New Economic School*, Moscow, p. 92.
3. Makarova, IV & Maksimov, AD 2012, 'Stages of leadership: strategic orientation of technological modernization of industry regions of Russia' *Creative Economy*, no. 5, pp. 59-65.
4. Porter, M 2005, *Competition*, Moscow, p. 608.