

Регион: экономика и социология, 2011, № 1, с. 3–14

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОТРУЕНЦИИ

Б.С. Жихаревич

Институт проблем региональной экономики РАН

Аннотация

Анализируется феномен сотрудничества конкурентов, или кооперационной конкуренции. Вводится понятие «сотруенция» («соткуренция») и дается его экономическая трактовка. Показано, как территориальное стратегическое планирование может позитивно влиять на институциональную среду, стимулируя инновации, сотруенцию как внутри регионов, так и между ними и способствуя в итоге социально-экономическому развитию. Выявлены потенциально негативные стороны развития способности к сотрудничеству.

Ключевые слова: регион, стратегическое планирование, инновационное развитие, конкуренция, сотруенция (соткуренция), кооперационный капитал

Abstract

The paper analyses the cooperation of competitors (cooperative competitiveness), and it introduces a notion of cooperative competitiveness and its economic treatment. The author shows how a spatial strategic planning may positively influence the institutional environment through stimulating innovations and cooperative competitiveness both between and inside regions which could result in better socio-economic development. Potentially negative impacts of cooperative competitiveness are also analyzed.

Keywords: region, strategic planning, innovation development, cooperative competitiveness, cooperative capital

Рассматривая причины невосприимчивости российской экономики к инновациям, В. Вишневецкий и В. Дементьев [1] указывают на коренной недостаток современной институциональной среды в России – высокие риски ущемления прав собственности, что ориентирует бизнес на краткосрочные цели, способствует агрессии и жестокой конкуренции. Причем конкуренции не в сфере цены и качества, а в сфере поиска ренты от близости к власти. Приводя аналогии с эволюционной теорией Дарвина, авторы отмечают, что в такой институциональной среде выживают агрессивные компании, «заточенные» на обход закона, установление и поддержание коррупционных связей, готовые и к атакам, и к отражению атак, чтобы защитить бизнес. Соответственно подобран и ориентирован персонал.

Безусловно, предпосылкой спроса на инновации является конкурентная среда. Но это должна быть среда добросовестной конкуренции, и инновации должны быть решающим, если не единственным, фактором победы в конкурентной борьбе. А в условиях, когда можно заработать без инноваций, только за счет разнообразных видов ренты, конкуренция не стимулирует инновации, но порождает агрессивность. В итоге компании оказываются не заинтересованными в инновациях и не готовыми к ним. Кроме того, что важно, они оказываются неспособными к сотрудничеству.

Для устойчивого развития экономики в долгосрочной перспективе для инноваций необходимо именно сотрудничество, а не только соперничество экономических субъектов. Развитие страновых и региональных инновационных систем предполагает совместные исследования и другое техническое сотрудничество между предприятиями и учреждениями общественного сектора, совместное патентование, совместные публикации, мобильность персонала и обмен им, кооперацию в реализации прав интеллектуальной собственности и в политике на рынке труда. То есть преимуществом компании становится умение не только конкурировать, но и сотрудничать.

В английском языке возникло специальное слово – «соопетитион» (или «со-опетитион») [2]. Этот неологизм призван обозначить кооперационную конкуренцию. Сейчас термин «со-опетитион» популярен благодаря Э. Бранденбургеру и Б. Налебуфу, вынесшим его в название

книги [3], посвященной сотрудничеству конкурентов и соответствующим стратегиям поведения, изучаемым теорией игр.

Феномен, обозначаемый понятием «соопетитион», возникает тогда когда компании работают совместно в отдельных частях своего бизнеса, не являющихся их уникальными конкурентными преимуществами, и когда каждая из компаний получает возможности экономии за счет совместных расходов. К примеру, компании «Peugeot» и «Toyota» договорились о совместном производстве деталей для нового автомобиля, который продается одновременно под торговыми марками каждой из компаний («Пежо 107», «Тойота Авго», «Ситроен С1»). Компании получают экономию за счет эффекта масштаба при производстве частей, оставаясь конкурентами во всех остальных сферах бизнеса.

Термин «соопетитион» и соответствующую концепцию использовал в начале 90-х годов бизнесмен Р. Ноорда при характеристике стратегии компании «Novell». Такой тип взаимоотношений компаний был остро необходим в сфере информационных технологий, когда конкурирующим компаниям нужно было договариваться о стандартах (например, стандартах передачи данных), позволяющих оборудованию разных компаний работать в сетях.

Слово «соопетитион» использует как торговую марку американская компания «FIRST Robotics». В 2009 г. один из учредителей этой компании получил патент на «метод создания Соопетитион», сконструировав игру, в ходе которой две команды соревнуются в создании роботов и управлении ими, причем подсчет очков устроен так, что победитель получает в итоге не только свои очки, но и удвоенное количество очков второй команды. Этот метод воспитывает профессиональное доброжелательное сотрудничество в ходе конкуренции. В компании «FIRST» уверены, что взаимоотношения, обозначаемые понятием «соопетитион», создают инновации, будучи основаны на концепции, что команды могут и должны сотрудничать, даже соревнуясь*.

* Заметим, что в СССР подобная идеология лежала в основе социалистического соревнования, отличием которого от капиталистической конкуренции как раз объявлялись взаимовыручка, обмен опытом, помощь сопернику. Очевидным примером является и сотрудничество велосипедистов в командной гонке.

Приведенные примеры согласуются с представлением о том, что сотрудничество конкурентов особенно значимо для инноваций в промышленности, которые в современных условиях, как правило, являются результатом взаимодействия различных субъектов (фирм, университетов, общественных агентств, финансовых организаций и др.), вступающих в формальные и неформальные партнерские взаимоотношения.

О симбиозе сотрудничества и конкуренции говорится также в работах, посвященных кластерам. Считается, что именно умение организовать партнерские отношения внутри кластера, не ограничивая конкуренцию участников кластера, – одно из условий успеха кластерной политики. И кстати, это одно из коренных отличий кластеров от территориально-производственных комплексов [4].

Внимание к данному явлению и возрастание его значения могут оправдать введение и в русском профессиональном языке специальных терминов «сотруенция» и «соткуренция». Зачем два термина? Экономические отношения, которые характеризуются двумя противоположными типами – сотрудничеством и конкуренцией, на практике могут включать в себя эти типы в разных пропорциях. В *сотруенции* больше сотрудничества, чем конкуренции, а в *соткуренции* больше конкуренции, чем сотрудничества. Можно построить и более длинную шкалу: интеграция – сотрудничество – сотруенция – соткуренция – конкуренция – корпоративная война. Примеры из практики подобрать нетрудно. Правда, почти невозможно вообразить, чтобы одна и та же компания проходила через все эти стадии. Как правило, из одной (интегрированной) компании после конфликтного раздела образуются две компании, которые оказываются конкурентами. А корпоративная война может закончиться интеграцией, но только через недружественное слияние или поглощение [5]. При этом промежуточные стадии пропускаются. Достраивая приведенную шкалу слева и справа в более общих мировоззренческих категориях, можно сказать, что интеграция ассоциируется с подавлением самостоятельности, директивным планированием и подчинением. А корпоративная война – с анархией и необузданной свободой. Тем сложнее задача совмещения этих противоположных стихий в сотруенции или соткуренции.

Безусловно, сотруенция не является чем-то абсолютно новым. Если обобщать, то можно сказать, что все люди – конкуренты и любое сотрудничество есть сотруенчество конкурентов. Но введение нового термина, на наш взгляд, может подтолкнуть и исследователей, и практиков к более тщательному изучению и более адекватному использованию феноменов сотруенчества конкурентов и кооперационной конкуренции. В той же кластерной политике без четкого понимания того, что мы пытаемся найти пересечение интересов именно конкурирующих организаций, не удастся выбрать адекватные методы взаимодействия. Актуальным примером профессиональной сотруенции являются разнообразные профессиональные союзы и ассоциации, особенно саморегулируемые организации (СРО). Так, СРО в строительстве, созданные в соответствии с новым законодательством, переживают сейчас трудный период становления. Они имеют очень большое значение: только будучи членами СРО строители могут получить допуск к работам. При этом в условиях манипулируемой демократии власть в каждом отдельном СРО легко концентрируется в руках меньшинства, которое может ущемлять деловые интересы своих конкурентов, попавших в эту же СРО. Механизмом защиты может быть относительно дешевый переход в другую СРО. И сейчас это возможно, хотя поначалу власти многих регионов стремились создать только одну, подконтрольную им СРО. В законе не проработаны механизмы защиты от недобросовестного использования СРО, предполагается, что конкурирующие компании смогут сотруенничать и создадут такие механизмы в своих организациях. Но верна ли эта посылка, способны ли компании к сотруенции?

Вернемся к дезинтегрирующей компании из нашего примера. Мы указали на случай конфликтного раздела компании на две, продолжающие один и тот же бизнес и, соответственно, становящиеся конкурентами, – это переход от интеграции к конкуренции. Но возможен и переход от интеграции к сотруенции. Если дезинтеграция бизнеса осуществляется по плану, в целях усиления специализации, перевода части функций на аутсорсинг, то выделяющиеся компании оказываются в отношениях сотруенчества по основной деятельности,

но становясь самостоятельными и оставаясь в одном регионе, начинают конкурировать за трудовые и прочие ресурсы общего назначения. Это, собственно, и есть *сотруенция в региональном аспекте*: поставщик и потребитель сотрудничают в рамках цепочки создания стоимости, при этом каждый из них конкурирует на своем продуктовом рынке с третьими компаниями, производящими аналогичные продукты или услуги, а в рамках региона или города они конкурируют друг с другом за локализованные ресурсы. Партнеры (сотрудники) по технологической цепочке, расположенные в одном городе (регионе), оказываются конкурентами, когда подбирают себе персонал общей квалификации (менеджеров, секретарей и т.п.) или производственную площадку.

Сотруенция объективно необходима в региональной политике. Работающие в одном регионе компании используют одни и те же ресурсы, например человеческий капитал или энергетические мощности, и конкурируют за них. Потенциально каждая из этих компаний может выиграть от совместной деятельности по развитию человеческого капитала или хотя бы от совместного обсуждения долгосрочных перспектив развития региона. Если сотруенции нет, каждая из компаний предпочитает строить собственные отношения с властью, добиваясь локальных улучшений в зоне своих интересов. Между тем эти компании могли бы оказать совместное давление на власти с целью повышения эффективности расходования бюджетных средств, например для улучшения общерайонной транспортной инфраструктуры.

Наиболее очевидные зоны внутрорегиональной сотруенции – профессиональное образование, когда конкуренты могут совместно учредить и финансировать учебное заведение по подготовке и переподготовке кадров, всевозможные центры коллективного пользования, инфраструктурные проекты. Но захотят ли конкурирующие компании вкладываться в развитие общих ресурсов? Близкие по сути проблемы, например «проблема безбилетника», давно изучаются институциональной экономикой. В тех же СРО компании уклоняются от участия в управлении, даже от участия в годовых собраниях, надеясь, что другие за них все организуют. Аналогично ведут себя жильцы

многоквартирного дома при создании ТСЖ. Нужен внешний импульс, а иногда и давление, принуждение к сотрудничеству, чтобы возникла сотруенция.

Изучение таких явлений выявило и потенциально негативные стороны развития способности к сотрудничеству. Подобное сотрудничество в России легко может обернуться преступным сговором, картельным соглашением, сращиванием милиции и бандитов. Опасна также недооценка асимметрии доверия: всегда будут люди и компании, готовые под видом сотрудничества нанести вам ущерб. Можно ли все-таки в таких условиях организовать сотруенцию и если можно, то как это сделать?

Территориальное стратегическое планирование может рассматриваться как один из характерных примеров сотруенции, направленной в том числе и на развитие потенциала сотруенции. Применительно к индикативному планированию В. Вишневецкий и В. Дементьев пишут, что «нужно учиться формировать длинные правила взаимодействия, преодолевая семейно-клановый эгоизм и инвестиционную близорукость. Для этого можно использовать испытанный в мировой практике механизм – индикативное планирование (национальное, региональное, местное) со встроенной системой стимулирования» [1, с. 58]. Точнее, на наш взгляд, было бы говорить не только об индикативном планировании, а обо всех разновидностях планирования, в которых существенным элементом является диалог заинтересованных лиц. Эти виды планирования называют «планированием, основанным на сопричастности» или «коммуникативным планированием».

Об этом, собственно, было нами сказано более 10 лет назад, когда мы охарактеризовали стратегическое планирование как самостоятельное определение местным сообществом целей и основных направлений устойчивого социально-экономического развития в динамичной конкурентной среде, сделав акцент на процессе, включающем стейкхолдеров. Когда в Санкт-Петербурге в 1996 г. начинали разрабатывать первый в России городской стратегический план, мы акцентировали внимание именно на коммуникативном процессе [6]. Затем возобладали технократическое направление, и разработчики стратегий

большее внимание стали уделять количественным показателям, начались попытки строить грандиозные пирамиды стратегий. Сейчас, похоже, спираль сделала полный виток, происходит возвращение на новом уровне к пониманию ценности стратегического планирования как институционального механизма выстраивания совместных действий для развития общества. Наилучший результат при этом состоит как раз в том, чтобы добиться синтеза конкуренции и сотрудничества, организовать соткуренцию. В качестве результатов территориального стратегического планирования в регионе надо рассматривать

- формирование стратегического плана как документа;
- наличие согласованных перспективных ориентиров развития у стейкхолдеров, снижение неопределенности будущего;
- наличие конкретных проектов соткуренции, направленных на развитие региона;
- коммуникативный процесс совместной выработки решений, который может при необходимости легко запускаться и воспроизводиться;
- повышение доверия между контрагентами, участвовавшими в совместной работе над планом;
- накопление кооперационного потенциала региона, или **потенциала сотруенции**, как совокупности связей, позволяющих образовывать коалиции для продвижения интересов отдельных региональных групп компаний или регионального сообщества в целом.

Такое планирование само по себе улучшает институциональную среду и способствует инновациям, даже если предметом планирования не является собственно инновационное развитие.

Важность коммуникаций в процессе планирования программ развития, направленных на институциональные изменения, отмечает В.Л. Тамбовцев. По его мнению, монособъектность процесса планирования – коренной методологический недостаток большинства разработок программ развития. Этот недостаток может быть преодолен путем перехода «к переговорной организации, которая позволя-

ет реализовать принцип соучастия в институциональном проектировании» [7, с. 103]. Переговорная организация процесса формирования стратегии считается более действенной, но она сопряжена с большими издержками. Участники переговоров не всегда готовы раскрывать информацию и предоставлять ее для переговоров первых лиц. Тем не менее необходимым фактором улучшения институциональной среды и перехода к инновационному развитию является именно кооперативная выработка путей развития экономики через посредничество власти, сотрудничество конкурентов (сотруенцию), вовлечение в процесс принятия решений широкого круга заинтересованных лиц, формирование атмосферы «синергетического партнерства». В результате в обществе увеличивается социальный капитал как способность к сотрудничеству индивидов [8], и **кооперационный капитал** (или **кооперационный потенциал**), который по аналогии можно определить как способность компаний к сотрудничеству, в частности к сотруенции. Применительно к региональному развитию **кооперационный капитал** – это способность ключевых участников регионального развития (стейкхолдеров) договариваться по поводу видения будущего региона и флагманских проектов, способствующих достижению желаемого будущего.

Коммуникативное планирование – далеко не единственный инструмент наращивания потенциала сотруенции. Если полезность прироста **кооперационного капитала** для регионального развития будет доказана, можно будет запустить механизмы поощрения проектов сотруенции. Аналогом могут быть проекты международного научного сотрудничества, когда условием получения гранта является включение в группу ученых из нескольких стран.

Сотруенция вполне возможна и на уровне регионов, – под этим понимается прежде всего характер отношений между властями. Аксиомой стало утверждение об участии регионов в глобальной конкуренции за инвестиции, население, туристов, события и т.п. В современной российской практике это конкуренция губернаторов за внимание со стороны федеральной власти, перетягивание на свою территорию крупных федеральных проектов, выпрашивание дотаций. Ана-

логичные схемы воспроизводятся на уровне конкуренции муниципалитетов. Можно ли перевести эти отношения в плоскость сотруенции? Вполне, когда речь идет о продвижении межмуниципальных или межрегиональных проектов. Хорошо известен пример кооперации немецких городов Мюнхен, Аугсбург и Ингольштадт, создавших так называемую инициативу МАИ для совместного маркетинга этих городов и привлечения в регион жителей и инвестиций.

Остро необходима способность властей к сотруенции в рамках городских агломераций. Особенно это актуально для властей Москвы и Санкт-Петербурга. Агломерации вокруг этих городов развиваются как единое целое, но управляются независимыми субъектами Федерации. Иногда элементарная психологическая неготовность первых руководителей регионов к сотрудничеству превращает регионы не просто в конкурентов, а в воюющие стороны, ставящие друг другу «палки в колеса». Интересы населения при этом отодвигаются далеко в сторону. Не случайно периодически актуализируются проекты объединения Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Москвы и Московской области. Возможно, операционализация понятия сотруенции, разработка адекватных методов сотрудничества при учете конкурирующих интересов могли бы содействовать решению проблем развития агломераций. Во многих случаях административное слияние вовсе не требуется, можно ограничиться инструментами межмуниципального или межрегионального сотрудничества. И как минимум чрезвычайно действенным может быть совместное стратегическое и пространственное планирование жизнедеятельности соседних муниципалитетов или регионов.

Можно заключить, что правильно организованное территориальное стратегическое планирование может сильно и позитивно влиять на институциональную среду, стимулируя инновации, сотруенцию как внутри регионов, так и между регионами и способствуя в итоге социально-экономическому развитию. Можно ли на основе изучения российской практики проследить это влияние? Определенные подходы к поиску ответа на поставленный вопрос были нами сделаны в рам-

ках исследования качества стратегического планирования в субъектах Федерации Северо-Западного и Северо-Кавказского федеральных округов. Методика квантификации и результаты изложены в работах [9, 10]: сопоставлялись ранги изучаемых регионов по экспертным образом оцененному качеству стратегического планирования и по уровню деловой активности. Пока однозначных выводов не получено, удалось только констатировать, что при плохих объективных предпосылках даже очень хорошее стратегическое планирование не помогает в улучшении показателей социально-экономического развития. Но при благоприятных объективных предпосылках лучшее качество планирования коррелирует с уровнем развития экономики.

Одна из трудностей выполнения обозначенной исследовательской задачи состоит в сложности изучения и оценки процесса планирования, степени его коммуникативности, вовлечения заинтересованных сторон. Это практически невозможно сделать на основе итоговых плановых документов и официальных сообщений об обсуждениях, необходимы интервью на местах. Проще проследить ближайшие очевидные результаты: составил хороший план – получил федеральное финансирование. Этот мотив становится сейчас преобладающим: стратегии и планы разрабатываются либо по команде сверху, либо как условие получения финансирования. Это существенно влияет на избираемую технологию разработки плана. Как правило, происходит отказ от коммуникационной составляющей планирования или заметно уменьшается внимание к ней, что, естественно, снижает потенциальное воздействие планового процесса на уровень кооперационного капитала. Поэтому если мы хотим доказать, что одним из важных результатов стратегического планирования может стать наращивание кооперационного потенциала региона, то мы должны научиться изучать и оценивать *процесс* планирования, степень его коммуникативности, вовлечения заинтересованных сторон; изучать и измерять *степень готовности* к сотруенции, *уровень* кооперационного капитала региона. Тогда мы сможем, сопоставляя регионы друг с другом или один регион до и после очередного цикла стратегического планирования, делать основательные выводы. Исследование

можно спланировать так, чтобы при этом выявлялись те технологии планирования, которые в наибольшей степени способствуют возникновению проектов сотрудничества конкурентов и приросту способности к соткуренции, а также те условия, при которых возможно образование коалиций конкурентов для регионального развития.

Литература

1. **Вишневский В., Дементьев В.** Инновации, институты и эволюция // Вопросы экономики. – 2010. – № 9. – С. 41–62.
2. <http://en.wikipedia.org/wiki/Coopetition> (дата обращения 30.11.2010).
3. **Brandenburger A., Nalebuff B.** Co-opetition: a revolution mindset that combines competition and cooperation: the game theory strategy that's changing the game of business. – N.Y.: Doubleday Currency, 1996.
4. **Марков Л.С., Ягольницер М.А., Теплова И.Г.** Функционирование и механизмы развития производственного кластера // Регион: экономика и социология. – 2010. – № 1. – С. 287–305.
5. **Соломенникова Е.А.** Процессы слияния и поглощения предприятий в Сибирском федеральном округе // Регион: экономика и социология. – 2004. – № 4. – С. 173–183.
6. **Жихаревич Б.С.** Стратегический план Санкт-Петербурга: от государственного к частно-общественному планированию // Гуманитарные науки. – 1998. – № 1 (11). – С. 43–51.
7. **Тамбовцев В.Л.** Программы развития: методология разработки // Вопросы экономики. – 2007. – № 12. – С. 96–110.
8. **Шокола Я.** Как важно быть социальным (изложение основных положений доклада Л.И. Полищука) [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.opes.ru/1327507.html> (дата обращения 01.11.2010).
9. **Региональная антикризисная политика в 2008–2009 годах: опыт Северо-Запада России** / Под ред. Б.С. Жихаревича. – СПб.: Леонтьевский центр, 2010. – 160 с.
10. **Регионы Северо-Кавказского федерального округа: сравнительный анализ конкурентоспособности и стратегий развития** / Под ред. Б.С. Жихаревича и А.Б. Крыловского; сер. «Научные доклады: независимый экономический анализ». – М.: Моск. обществ. науч. фонд, 2010. – 184 с.

Рукопись статьи поступила в редколлегию 02.12.2010 г.

© Жихаревич Б.С., 2011