

МНЕНИЕ



Изящное искусство лоббизма

Кандидат физико-математических наук **Александр Николаевич Люлько** — в недавнем прошлом помощник председателя СО РАН и соавтор проекта федерального Закона об академгородках. Теперь он возглавил департамент промышленности, инноваций и предпринимательства мэрии Новосибирска и рассказывает корреспонденту «НвС» об экономической миссии и критериях эффективности чиновника, о региональном маркетинге, критикует мегафорумы и фестивали, присматривается к опыту Бильбао и объясняет, куда вкладывать деньги, когда их нет.

— Начнем с того, что ситуация в стране, в экономике резко изменилась: просто далеко не все это осознали в полной мере. В связи с событиями на Украине и вокруг нее делается ставка на собственные силы, на весьма резкую переориентацию в сторону отечественных производств, технологий и продуктов. До последнего времени доминировала примитивная сырьевая философия: у нас есть нефть и газ, мы их продаем и за этот счет импортируем все необходимое. Даже не очень действенные санкции в отношении России показали, что нам будут продавать далеко не все, и тем более не необходимое. Стало понятно: стране не обойтись без собственной индустрии, но не доставшейся в наследство от СССР, а построенной на совершенно новых идеях и технологиях. Научно-промышленная политика пересматривается и в федеральном масштабе, и в локальном — конкретно в городе Новосибирске.

— **Какое наследство вам досталось?**

— В департаменте, который я теперь возглавляю, был достаточно хороший аналитический отдел, собиравший информацию о новосибирской продукции и разработках. Выполнялись программы по поддержке молодых ученых, инновационной и инвестиционной деятельности. Талантливой молодежи давали небольшие деньги, на которые, конечно же, провести серьезные исследования было нельзя: это выглядело, скорее, как моральное стимулирование. Вы понимаете, что такое шесть миллионов рублей на 68 человек... Промышленные предприятия получали по конкурсу средства «на инновации», но тоже скромные: от 300 тысяч до двух миллионов. В основном они шли на частичную компенсацию покупки нового оборудования.

Принципиально такая поддержка ничего не меняет. Область, город, сами производства должны начать зарабатывать деньги на технологическое обновление. Идти к этому можно сразу несколькими путями. Первый — это продвижение продукции наших компаний на рынках. Приведу пример: недавно к нам обратились пять частных предприятий, выпускающих электронное оборудование. Они установили хорошие контакты с Вьетнамом, где готовы покупать их изделия на несколько сотен миллионов долларов. Но, как это принято в азиатском бизнесе, потенциальные контрагенты поинтересовались: а есть ли у новосибирских производителей реальная поддержка со стороны властей? Для восточных стран это синоним стабильности. У нас же пока не очень принято, чтобы государственные или муниципальные чиновники открыто помогали работе компаний на рынках.

— **Знакомо: стоит представителю власти помочь представителю бизнеса, как тут же в СМИ появляются намеки, активизируются местные навальные...**

— Мы решили, что пора называть вещи своими именами и не стесняться лоббировать интересы местных производителей. В октябре представитель

мэрии собирается вместе с промышленниками поехать во Вьетнам на подписание контракта: иначе он может быть отложен. Я специально изучал работу мэров в США: они напрямую проталкивают «свои» бизнесы. Более того, из муниципальных бюджетов (иногда «в складчину») выделяются средства профессиональным лоббистским компаниям по привлечению инвестиций. Следствием тому является открытие на территории новых производств и, как результат, рост налогооблагаемой базы. Да что там мэры, президент Соединенных Штатов продвигал куриные окорочка, первое лицо России содействует «Газпрому», почему тогда чиновники мэрии и, в частности, я, не могут помогать новосибирским производителям? Ведь это такая же работа на рост занятости и фискальных поступлений, на местные бюджеты...

— **Вы говорили о нескольких путях притока в город дополнительных ресурсов...**

— Вторая задача, вполне выполнимая для муниципалитета — привлечение государственных инвестиций. Сейчас налицо необходимость дополнительного укрепления обороноспособности страны, опять же, на новом технологическом уровне. В гражданской сфере ставится вопрос об импортозамещении в отношении продукции и западных стран, и Украины. Но российский правительством просто так деньги не дает: для вхождения в госпрограмму надо, прежде всего, провести доскональный анализ того, что может выпускать Новосибирск. Уже понятно: здесь есть хорошие перспективы создания кластера по производству элементной базы электроники. Председатель СО РАН академик Александр Леонидович Асеев передал мне список более чем из ста научных разработок Сибирского отделения, применимых к внедрению в нашем городе: по той же микроэлектронике, наноматериалам, малотоннажной химии и другим технологиям.

— **Но вы же понимаете: на пути из лаборатории в цех лежит «долина смерти» — этап создания технологических регламентов, оснасток, линий, предсерийные работы... Не кажется ли вам, что с этим кругом задач могли бы справиться технопарки Новосибирска?**

— Один человек, раньше работавший в мэрии, назвал недошедшие разработки «полуфабрикатами». А «долина смерти» сформировалась во многом за счет взаимного недоверия между учеными и промышленниками, которое необходимо преодолеть.

Я сомневаюсь в способности технопарков самостоятельно решать такие задачи, тем более, что основной состав их резидентов нацелен на продукты и услуги в сфере IT. Доводкой разработок до производства следует заниматься самим производителям при содействии властей всех уровней. Одна из форм поддержки — информационная. Работая в СО РАН и в составе горсовета Новосибирска, я убедился, что промышленники почти ничего не знают о разработках СО РАН, в том числе вполне перспективных. Это ярко проявилось во

время коллективного выезда депутатов в Академгородок.

— **А выставки, насколько они эффективны в плане продвижения?**

— Что касается выставок и подобных им мероприятий, то здесь залогом успеха является регулярность. Работать надо не от случая к случаю, а постоянно и повсеместно, нацеливаясь не на внешние, имиджевые эффекты, а на результат. Буквально вчера мы обсуждали идею привлечения потенциальных инвесторов путем создания единого медийного ресурса, форума инвестпроектов. Это может быть деловой клуб, куда приходят бизнесмены, банкиры, чиновники, депутаты, торговые представители иностранных государств, пресса, и на котором обсуждаются интересные проекты. Планируется, что он будет собираться, как минимум, раз в месяц, а в идеале — еженедельно. А выставки, форумы, саммиты... Все это хорошо. Плохо когда на них затрачиваются значительные бюджетные деньги, а вместо серьезного обсуждения конкретных предложений, они превращаются в шоу. Нужна площадка, на которой можно было бы свободно, аргументированно оценивать достоинства того или иного проекта и пути его реализации.

— **Есть ли у вас ориентиры: города, в которых уже удалось обеспечить приток инвестиций?**

— Калуга. Небольшой город, сравнимый с Бердском, около 300 тысяч населения, а привлек на свою территорию производства Volkswagen, Volvo, Peugeot, Mitsubishi, другие технологические бренды мирового уровня.

— **Мы часто слышим и читаем, что основа инвестиционной привлекательности территории — это ее имидж. Если регион или город считается беспреоблемным, малокоррупционным, во всех отношениях развитым, если у него «улыбающееся лицо», то приток инвестиций обеспечен...**

— Это не совсем так. Если говорить о конкретном руководителе, о том же мэре, то благоприятный имидж ему необходим. Но для города, для региона важнее набор конкретных конкурентных преимуществ, о которых знают потенциальные инвесторы.

— **Кстати, а как зовут мэра Калуги?**

— Затрудняюсь вспомнить сейчас...

— **Вот вы и подтвердили верность своего высказывания...**

— Да, для меня понятие «имидж» имеет экономический смысл, как прямой фактор привлечения инвестиций и высококвалифицированных кадров. В этом плане не следует стремиться показать свою территорию совсем уж благополучной и процветающей. Куда, например, будут стремиться строители дорог и мостов? Туда, где коммуникаций мало, где они в плохом состоянии, но власти хотят исправить положение. Перед потенциальными инвесторами чиновники должны не рапортовать о достижениях, а показывать проблемные зоны и рыночные ниши. Джейн Джекобс, автор книги «Жизнь и смерть больших американских городов», отметила такой парадокс: быстрее других растут те из

них, которые вынуждены бороться с разными напастями. Это может быть безработица, транспортный коллапс, межнациональная напряженность... Развитие таких мегаполисов, как Нью-Йорк или Москва, построено на преодолении трудностей, а благоденствующие райские уголки тихо стагнируют.

И если мы говорим о материалистическом, рациональном понимании имиджа территории, то здесь нужно рассуждать не столько о достижениях, сколько показывать основные проблемы города и готовность местных властей их решать, цивилизованно поддерживая инвесторов, давая им гарантии и четко прописывая правила игры.

— **Пусть это формально и не городской уровень, но как вы оцениваете работу Агентства регионального маркетинга (АРМ) и проводимый (в основном) им инновационный форум «Интерра»?**

— У них как раз налицо склонность к некоторому шоу. Мы дискутировали по этому поводу, и выяснилось, что у нас диаметрально разные взгляды на проведение больших мероприятий и, в целом, на продвижение территорий. Я считаю: формат «Интерры» надо кардинальным образом менять, о чем говорил руководству и АРМ, и города, и области. То, что проводится сегодня — не деловой, не инновационный форум, а фестиваль. Фестиваль молодежных организаций, фестиваль современного искусства... В таких мероприятиях, возможно, есть смысл, но это не «территория инноваций», как расшрифровывается Интерра, а нечто другое.

— **На минувших Днях науки академик Валентин Викторович Власов поставил вопрос: почему в Новосибирске в течение одного полугодия это событие происходит дважды, причем в очень схожих форматах?**

— Академик Власов прав. Между зимними и весенними Днями науки, какими они проводятся сейчас, я не вижу почти никаких отличий. Ключевое городское мероприятие сводится к многочасовой раздаче грамот. Как правило, награжденные ученые на эти официальные «торжества» присылают своих заместителей и помощников, чтобы не тратить время. Хотя есть другие форматы: мне, к примеру, очень понравилась конференция «Наука — городу Новосибирску», впервые прошедшая в нынешнем феврале в Академгородке. На ней были представлены и идеи, и технологические заделы, и готовые решения, с помощью которых можно минимизировать множество проблем: ЖКХ, транспорта, энергосбережения, строительства и других. Но я не отказывался бы от каких-либо мероприятий, а разделил их по тематике. Зимние, в рамках общероссийских, можно было бы посвятить фундаментальной науке, а весенние, городские — прикладной, причем применительно к жизни Новосибирска. Однако не стоит сводить всю работу к нескольким датам в году: нужно больше презентаций, больше деловых встреч и предметных дискуссий, обязательно — с привлечением молодежи.

(Окончание на стр. 11)
Фото Андрея Соболевского