РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И МЕХАНИЗМЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ

УДК 338

*Л. В. Овешникова,
Е. В. Сибирская,
Л. А. Михейкина*

ТАРГЕТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация: в России проблемы создания высоких технологий и использования накопленного научно-технического, производственного, интеллектуального и кадрового потенциала приобрели особую значимость, поскольку российский бизнес стоит перед историческим выбором стратегии своего развития на многие десятилетия вперед. Считаем, результативным способом получения устойчивых тенденций возрастания роли наукоемких, ресурсосберегающих технологий и производств, является разработка и реализация комплекса мер, направленных на укрепление конкурентоспособности промышленности на мировом и внутреннем рынках на основе создания условий для благоприятного развития стратегических приоритетных направлений инновационной деятельности, что и определяет процесс таргетирования высокотехнологичного бизнеса. Под таргетированием инновационной деятельности в высокотехнологичном бизнесе понимается способ реализации инновационной политики государства, выражающийся в выборе какого-либо приоритетного наукоемкого направления, на которое необходимо воздействовать, чтобы достичь высоких экономических и социальных результатов, обеспечивая создание условий для аккумуляции средств, способствующих развитию производства наукоемкой продукции и освоению «высоких технологий». Целью таргетирования является формирование условий, при которых проведение структурной перестройки позволит наукоемким отраслям стать «точками роста» традиционных отраслей и сферы услуг, создать развитый экспортный потенциал, обеспечить воспроизводство на новом технологическом уровне. Практически этот процесс должен обеспечивать перевод экономики на траекторию устойчивого инновационного роста, а для ее реализации необходимо выработать эффективную научно-промышленную политику - основу единой государственной концепции социально-экономического развития страны. В связи с этим исследованы «точки роста» развития экономики в соответствии с долгосрочной комплексной программой «Национальная технологическая инициатива». Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

Ключевые слова: таргетирование, инновационная деятельность, приоритеты, высокотехнологичный бизнес, «точки роста».

UDK 338

*L. V. Oveshnikova,
E. V. Sibirskaia,
L. A. Mikheykina*

TARGETING INNOVATIONS IN HIGH-TECH TRADE BUSINESS

Abstract: in Russia, the problems of creating high technologies and using the accumulated scientific, technical, industrial, intellectual and human resources have acquired special significance, since Russian business faces a historic choice of its development strategy for many decades to come. We believe that the effective way of obtaining sustainable trends in the growth of the role of knowledge-intensive, resource-saving technologies and industries is the development and implementation of a set of measures aimed at strengthening the competitiveness of industry in the world and

domestic markets, by creating conditions for the favorable development of strategic priority areas of innovation activity, Targeting high-tech business. Targeting innovative activity in high-tech business is understood as a way of implementing the innovative policy of the state, which manifests itself in the choice of a priority science-intensive direction, which must be influenced in order to achieve high economic and social results, ensuring the creation of conditions for the accumulation of funds that promote the development of the production of science-intensive products and Development of «high technology». The purpose of targeting is to create conditions under which structural adjustment will allow science-intensive industries to become «points of growth» in traditional industries and services, create a developed export potential, and ensure reproduction at a new technological level. Practically this process should ensure the transfer of the economy to the path of sustainable innovation growth, and for its implementation it is necessary to develop an effective scientific and industrial policy - the basis of a single state concept of the country's socio-economic development. In connection with this, the «points of growth» of economic development were studied in accordance with the long-term integrated program «National Technological Initiative». Article is prepared with financial support of G. V. Plekhanov Russian University of Economics.

Keywords: *targeting, innovation, priorities, high-tech business, «growth points».*

Введение

Развитие экономики государства в современных условиях основывается на инновационной активности хозяйственных систем и применении инновационного подхода в рыночных отношениях. Инновационная активность национальной экономики основана на результатах функционирования организаций, которые осуществляют инновации в различные сферы деятельности [7]. Нововведения становятся стратегическим фактором роста, воздействуют на структуру общественного производства, преобразуют экономику страны, стабилизируют социальную политику в государстве.

Инновационная деятельность должна иметь развитие, что актуально, поскольку большинство стран не может встать в ряд европейских государств без соответствующего технологического обновления производства и без освоения инновационных механизмов конкурентоспособности хозяйствования. В настоящий момент развитие экономики характеризуется важным ускорением темпов научно-технического прогресса, который обуславливает постоянные изменения в структуре и динамике потребностей, и как следствие, обостряет конкуренцию в предложении новых товаров и услуг, а так же улучшение их качественных характеристик. Следовательно, развитие инновационной области деятельности, через которую в производство поступают достижения научно-технического прогресса, является особенно актуальной сферой. Инновационной деятельности необходимо серьезное внимание со стороны отраслевых

органов управления и других экономических субъектов, которые участвуют в инновационных процессах [7].

Цели и задачи таргетирования инновационной деятельности в высокотехнологичном бизнесе как условие создания «точек роста» экономики

Интеграция России в глобальную высокотехнологичную сферу обусловила потребность в формировании инновационной среды отечественной экономики [3]. Важнейшей характеристикой экономики является интенсификация инновационных процессов, превращение их в фактор экономического роста. В настоящее время инновации становятся рычагом, способным существенно влиять на формирование национальной конкурентоспособности страны в целом и ее регионов.

Говоря об инновационном развитии страны, следует обратиться к сфере высоких технологий. Высокие технологии включают в себя робототехнику и электронику. К ним относятся 5 самых наукоемких отраслей промышленности. Часто к разряду «высоких» относят технологии, в которых участие человека минимально. Классификация отраслей на высокотехнологичные, среднетехнологичные высокого и низкого уровней и низкотехнологичные была предложена еще в 1984 г. ОЭСР по главному критерию степени расходов на НИОКР и пересмотрена лишь в 2009 году [6]. Существует несколько подходов к определению понятия «высокие технологии». Они представлены на рисунке 1.

Рис. 1. Подходы к определению понятия «Высокие технологии»

Следовательно, высокотехнологичная отрасль экономики — это та отрасль, в которой создаётся наиболее совершенная продукция, на основе накопленных знаний, разработок и опыта, не производимая ранее. Для её создания применяются самые качественные, известные материалы и лучшие способы производства. Для создания такой продукции используются расходы на НИОКР и специалисты STEM (science-наука, technology-технологии, engineering-инженерия, mathematics-математика), которые обладают высоким уровнем знаний, применимые при формировании передовых технологий и нововведений.

Основным и главным критерием отнесения к высокотехнологичным отраслям является высокий уровень технологического развития, который определяется отношением затрат на НИОКР к валовому внутреннему продукту или валовой добавленной стоимости.

Анализ российских и зарубежных источников показывает, что в настоящее время не существует общепринятого подхода к определению высокотехнологичных отраслей и компаний [1]. Обычно вместо сущностного определения высокотехнологичного бизнеса приводится перечисление новых и прогрессивных технологий современности, а также наукоемких отраслей промышленности: информационные, нано-, когнитивные и биотехнологии, новая медицина, высокие гуманитарные технологии, экология и при-

родопользование, новые материалы, микроэлектроника, роботостроение, аэрокосмическая промышленность и т. д. [13].

Определим, что высокотехнологичный бизнес — это деятельность компаний, занимающихся видами деятельности, относящиеся к высокотехнологичным отраслям, главным активом которых является интеллектуальная собственность и высококвалифицированный персонал, т. е. бизнес, который в большей степени зависит от знаний и ноу-хау и в меньшей мере от доступности сырья и других материальных ресурсов [5].

Современное состояние высокотехнологичного комплекса Российской Федерации характеризуется низкой инновационной активностью промышленных предприятий, их невысокой конкурентоспособности в сопоставлении с иностранными продуктами, для которых открыт отечественный рынок наукоемких товаров.

Самообеспеченность российской экономики высокотехнологичной продукцией находится на довольно низком уровне. Более развитие страны с системной экономикой стремятся удовлетворять потребности в высокотехнологичной продукции внутри своей страны за счёт собственного производства. Например, в Японии, США, Англии, Германии и Франции уровень самообеспеченности продукцией высокотехнологического комплекса на данный момент составляет около 80 %. В РФ этот показатель не учитывается, несмотря на то, что он играет

важную роль одного из индикаторов технологической безопасности.

Большая часть промышленных организаций занимаются продуктовыми инновациями: закупают готовое оборудование, используют НИОКР в основном в действующем производстве. Современная структура высокотехнологичных отраслей РФ характеризуется наличием многих диспропорций, которые сложились вследствие экономической трансформации из-за нехватки инвестиционных ресурсов и просчетов в проведении экономических реформ. Для регулирования инновационной деятельности требуется наличие точной информации, которая необходима для анализа и принятия управленческих решений, как в целом, так и в инновационной сфере в частности.

Важно отметить, что именно государственная политика играет ключевую роль в развитии наукоёмких видов экономической деятельности и предопределяет опережающее развитие отраслей высоких технологий для укрепления конкурентоспособности промышленности на мировом и внутреннем рынках.

Разработка и реализация комплекса мер, направленных на укрепление конку-

рентоспособности экономики страны на основе создания условий для благоприятного развития стратегических отраслей, называется таргетированием. В связи с этим на федеральном уровне принимаются государственные программы, направленные на стимулирование инновационной деятельности и привлечение инвестиций для инноваций.

Таргетирование — один из способов реализации экономической политики государства или отдельного предприятия по управлению основными хозяйственными показателями. Он заключается в выборе какой-либо «мишени», на которую направляется воздействие государства для достижения намеченных результатов поставленной цели [11]. Цель таргетирования — формирование условий, при которых осуществление структурной перестройки позволит наукоемким отраслям стать «точками роста» традиционных отраслей и сферы услуг, создать развитый экспортный потенциал, обеспечить воспроизводство на новом технологическом уровне.

Таргетирование наукоемких отраслей призвано решать следующие задачи (рисунк 3).

Рис. 2. Основные задачи таргетирования инновационной деятельности

Таким образом, под таргетированием инновационной деятельности в высокотехнологичном бизнесе понимается способ реализации инновационной политики государства, выражающийся в выборе какого-либо приоритетного наукоемкого направления, на которое необходимо воздействовать, чтобы достичь высоких экономических и социальных результатов, обеспечивая создание условий для аккумуляции средств, способствующих развитию производства наукоемкой продукции и освоению «высоких технологий».

Следует подчеркнуть, что на определенном этапе развития практически все страны, лидирующие на мировом рынке научно-технической продукции, проводили политику поддержки наукоемких отраслей. При этом концепции таргетирования менялись в соответствии с условиями и этапом экономического роста. Одним из важ-

нейших направлений таргетирования является создание условий, способствующих развитию производства наукоемкой продукции и освоению «высоких технологий».

В развитых странах принятию официальных решений в части таргетирования наукоемких производств и отраслей предшествовали глубокие научные исследования и дискуссии специалистов, занимающихся данным вопросом. Опыт таргетирования инновационной деятельности представлен в соответствии с уровнем Глобального инновационного индекса (ГИИ, Global Innovation Index), содержащем данные сопоставительного анализа инновационных систем 127 стран. По данным 2017 года возглавили новый рейтинг Швейцария, Швеция, Нидерланды, Великобритания и США. На две позиции по сравнению с 2016 годом опустилась Россия, заняв 45-е место (таблица 1).

Таблица 1

Зарубежный опыт таргетирования инноваций (с учетом уровня Глобального инновационного индекса (ГИИ) страны [12])

Страна	Отмечаемые особенности процесса таргетирования
1	2
Швейцария (1 место ГИИ)	Одним из приоритетных направлений государственной поддержки инноваций является обеспечение участия швейцарских научно-исследовательских организаций и предприятий в международных проектах и программах. В этой связи осуществляются мероприятия по заключению международных соглашений, направленных на интеграцию Швейцарии в международное исследовательское и инновационное пространство, осуществляется взаимодействие в рамках международных организаций при разработке, планировании и реализации международных программ [4].
Швеция (2 место ГИИ)	Страна занимает одно из первых мест в мире по объему общих расходов на НИОКР в процентах от ВВП. Роль государства в данном процессе в первую очередь сводится к формированию национальных программных документов, определяющих основные направления деятельности, которые реализуются при поддержке государственных организаций, отвечающих за исследования и инновации в отдельных областях. При этом значимым инструментом государственного стимулирования является выделение финансовых средств для реализации положений данных программ. Основной целью научно-технической и инновационной политики страны является максимальное расширение спектра и количества как национальных, так и зарубежных наукоемких предприятий с действующими производствами на территории Швеции. Шведское правительство намерено за счет модернизации сфер образования и науки создать благоприятные условия для инновационных компаний.
Нидерланды (3 место ГИИ)	Ведущие нидерландские компании (Shell, Van Oord, Philips, AkzoNobel, DSM, Ahold, Unilever, Heineken и др.) — корпорации мирового масштаба, обладающие огромным опытом инновационной деятельности и ведения международного бизнеса. Через отраслевой подход (топ-секторная политика) Правительство Нидерландов успешно стимулирует приоритетные отрасли национальной экономики.

1	2
США (4 место ГИИ)	При таргетировании наукоемких отраслей в экономике США используют следующие инструменты: государственные заказы, правительственные закупки, налоговые стимулы, дополнительное финансирование, поддержку экспорта и др. Наукоемкие отрасли производства притягивали инвестиции из-за все возрастающего спроса на высокотехнологичную и наукоемкую продукцию: компьютеры, ЭВМ на микропроцессорах, конторское оборудование, электрические приборы и т. д.
Великобритания (5 место ГИИ)	Создано министерство бизнеса, энергетики и промышленной стратегии, первоочередные задачи: — вывод металлургической отрасли из кризиса — строительство атомной электростанции. Программа Eight Great Technologies нацелена на технологии, в которых у страны уже есть значительный задел [9].
Финляндия (8 место ГИИ)	Одна из задач, заявленных в «Research and innovation policy review 2015—2020» — более эффективное использование результатов НИОКР в крупных компаниях, а так же фокус на поддержке инноваций в крупных компаниях.
Германия (9 место ГИИ)	Инновационная стратегия (Hightech-2020) сфокусирована на поддержке существующих компетенций: — непрерывная модернизация крупных отраслей (автопром, машиностроение, химия) и компаний — повышение квалификации и переобучение — развитие приоритетных направлений исследований
Япония (14 место)	Богатый опыт таргетирования в условиях развитых рыночных отношений накоплен в Японии. На первом этапе таргетирования комплекса наукоемких отраслей Япония вливала значительные государственные инвестиции в структурную перестройку экономики. На сегодняшний день Япония ставит задачу предугадать и обеспечить развитие высоких технологий, рынков сбыта, новых отраслей, т. е. таргетирование ориентируется на «предугадывание» возможностей наиболее эффективного направления развития и помощи с целью катализации процессов на базе развития благоприятных условий для перелива частных капиталовложений, трансфера новейших технологий и коммерциализации разработок. Страна сделала приоритетным опору на собственные финансовые ресурсы, которые аккумулировались в банковской системе и предоставлялись на льготных условиях определенным, промышленным таргетированным отраслям.
Южная Корея (11 место ГИИ)	Основную ставку южнокорейские компании делают на инновации, поскольку они сталкиваются со все более жесткой конкуренцией на мировых рынках. Страна инвестирует в научные исследования и разработки значительно большую долю своего ВВП по сравнению с другими развитыми странами. (4,29 % ВВП).
Норвегия (19 место ГИИ)	Инновационная политика строится на отраслевой поддержке «национальных чемпионов», в которых государство владеет значительной долей: — Нефть/газ (Statoil), TMT (Telenor), алюминий (Norsk Hydro), удобрения (Yara), банки (DnBNor), электроэнергия (Statkraft) и др
Китай (22 место ГИИ)	Китайские государственные предприятия стремятся стать инновационными лидерами на международных рынках, они в настоящее время нацелены на привлечение сотрудников китайской национальности, работающих за рубежом и в многонациональных корпорациях внутри Китая.
Малайзия (37 место ГИИ)	В рамках развития инновационной деятельности получили распространение модели организации проектной работы Delivery Units (пример PEMANDU). Модель организации проектной работы в рамках PEMANDU формирует идеологию и планирование проектов, координирует разработку дорожных карт, обеспечивает кросс-функциональную координацию, ведет работу проектных офисов.
Беларусь (88 место)	Отсутствуют законодательные и нормативные акты, определяющие комплекс наукоемких отраслей и производств. Дополнительные трудности обусловлены спецификой наукоемких отраслей, а также особыми условиями их воспроизводства и ролью в условиях формирования рыночных отношений.

Общая концепция таргетирования инноваций отражает стремление правительства поддерживать развитие национального промышленного производства. В отличие от принятого измерения экономического успеха нации количеством созданных рабочих мест, в данной политике экономического развития большое внимание уделяется общей производительности факторов производства и эффективности технологически связанных отраслей. Таргетирование инноваций становится особенно актуальным направлением политики для федеральных и региональных правительств в условиях, когда ресурсы для экономического развития, которыми они располагают, становятся все более ограниченными [2].

При этом государственная политика таргетирования инноваций в России не приводит к быстрым результатам. Схематизация содержания таргетирования инноваций в высокотехнологичном бизнесе с учетом особенностей в России представлена на рисунке 3.

Для приложения усилий и таргетирования инноваций фактически остается два возможных варианта: индивидуальные изобретатели и зрелый бизнес. Проблема с таргетированием изобретателей в рамках инновационной политики такая же, что и с таргетированием науки и стартапов — очень большие сроки получения коммерческих результатов. Поэтому, таргетирование зрелого бизнеса, активное стимулирование его инновационной деятельности — это сфера, где возможен потенциал для наиболее значимых результатов. Заметим, что зрелый бизнес, составляя существенную долю экономики, является наиболее отсталым (в России он формирует третью часть патентов, в отличие от стран-лидеров, где он преобладает с точки зрения патентной активности). Этот факт обнаруживает огромный потенциал технологической трансформации корпоративного сектора [9].

Таргетируя крупный бизнес, российский субъект инновационной политики покрывает своими действиями сразу почти 80 % экономики. Такая высокая доля крупного бизнеса уже сама по себе является серьезным аргументом в пользу активной работы по его инноватизации [9].

Кроме того, российское государство является собственником значительной части крупного бизнеса в стране — опять же, в гораздо большей степени, чем в случае других государств. Прямое владение дает го-

сударству важные рычаги влияния на компании — путем проведения решений через советы директоров и собрания акционеров, особенно касательно назначения менеджмента, инвестиционных и финансовых решений.

Следовательно, оба фактора — высокая доля крупного бизнеса в экономике и высокая доля государства в крупном бизнесе — обуславливают привлекательность именно этой группы для таргетированной инновационной политики.

В настоящее время потенциал развития высокотехнологичного комплекса в России ограничен ядерными технологиями, производством оружия и военной техники, жидкостных ракетных двигателей и некоторыми другими видами деятельности. В связи с этим в настоящее время в России актуальна долгосрочная комплексная программа НТИ по созданию условий для обеспечения лидерства российских компаний на новых высокотехнологичных рынках, которые будут определять структуру мировой экономики в ближайшие 15–20 лет [8].

В Послании Федеральному собранию 4 декабря 2014 года Президент РФ Владимир Путин обозначил проект «Национальная технологическая инициатива», как один из приоритетов государственной политики. В «НТИ» государство определило «точки роста» развития экономики [10], т. е. ключевые направления таргетирования, имеющие преимущественную реализацию в отраслях высокотехнологичного бизнеса. При этом НТИ формирует новые и усиливает работающие программы поддержки научно-технологического развития, обеспечивая формирование и трансляцию запросов со стороны потенциальных лидеров новых рынков в систему государственного управления.

Выводы

Таким образом, исследование сущностно-содержательной природы таргетирования инновационной деятельности в высокотехнологичном бизнесе позволяет сделать выводы: во-первых, о необходимости определения комплекса наукоемких отраслей в зависимости от качественных критериев и порога наукоемкости, во-вторых, о необходимости выработки общей концепции и направлений таргетирования, в-третьих, о формировании системы методов моделирования воздействия на развитие каждой отрасли.

Рис. 3. Схематизация содержания таргетирования инноваций в высокотехнологичном бизнесе с учетом особенностей в России

ЛИТЕРАТУРА

1. Бендиков М. А. Фролов И. Э. Высоко-технологичный сектор промышленности России: состояние, тенденции, механизмы инновационного развития / М. А. Бендиков, И. Э. Фролов. — М. : Наука, 2007. — 584 с.
2. Бойко И. В. Основы инновационного развития и новой экономики / И. В. Бойко. — СПб. : Университет ИТМО, 2015. — 120 с. — С. 50.
3. Валитов Р. Ф. Интеграция в мировое экономическое пространство / Р. Ф. Валитов // Современное состояние и перспективы развития инновационной экономики : сб. материалов науч. практич. конф. / под ред. Л. С. Валинуровой, О. Б. Казаковой, Э. И. Исхаковой. — Уфа : БАГСУ, 2013. — 178 с.
4. Инновации в мире. Инновационная система страны [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/node/53697/information> (дата обращения: 03.08.2017)
5. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Особенности развития высокотехнологичного бизнеса [Электронный ресурс] / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. — Режим доступа: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%92%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/1327-4948-1-SM.pdf> (дата обращения: 07.08.2017)
6. Мезенцева О. Е. Развитие высокотехнологичного производства в России и в мире [Текст] / О. Е. Мезенцева // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 7. — С. 176—179.
7. Науменко Я. Н. Проблемы инновационного развития экономики [Электронный ресурс] / Я. Н. Науменко, В. В. Ровенская, М. Н. Яковенко. — Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2300.htm> (дата обращения: 28.07.2017)
8. Национальная технологическая инициатива [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nti2035.ru/nti> (дата обращения: 25.07.2017)
9. Национальный доклад об инновациях в России 2016 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.rvc.ru/upload/RVK_innovation_2016_v.pdf (дата обращения: 25.07.2017)
10. Портал государственных программ РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://programs.gov.ru/portal/programs/passport/32> (дата обращения: 02.06.2017)
11. Словарь маркетинга и менеджмента [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://slova-iz-bukv.ru/таргетирование.html> (дата обращения: 07.05.2017)
12. Explore the interactive database of the GII 2017 Indicators [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator> (дата обращения: 04.08.2017)
13. Science, technology and innovation in Europe, European Communities, 2008. — URL: http://www.eurosfair.prdd.fr/7pc/doc/1205427572_ks_em_08_001_en.pdf (дата обращения: 29.07.2017)

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Овешникова Л. В., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры статистики

E-mail: lud_proz@mail.ru

Тел.: 8 (499) 237-93-49

Сибирская Е. В., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры статистики

E-mail: len.sibirskaya@mail.ru

Тел.: 8 (499) 237-93-49

Михейкина Л. А., кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры статистики

E-mail: emy280@mail.ru

Тел.: 8 (499) 237-93-49