

© 2011 г.

Владимир Карачаровский

кандидат экономических наук, доцент

заместитель заведующего кафедрой социально-экономических систем и социальной политики Национального исследовательского университета – Высшая школа экономики.

(e-mail: vvk@hse.ru, vladimir.karacharovskiy@gmail.com)

РЕСУРСЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА В РОССИИ

В статье анализируются внутренние экономические и социальные ресурсы инновационного развития российской экономики. Показано, что в современной России существует противоречие между наличием у фирм свободных финансовых ресурсов и неготовностью использовать их в полной мере для расширения инновационной деятельности. В качестве критериев, позволяющих выявить резервы инновационного роста, рассматриваются экономические установки предпринимателей и направления использования компаниями прибыли. На этой основе даются оценки модернизационного потенциала российской экономики и общества.

Ключевые слова: инновации, технологическая модернизация, экономическое поведение, использование прибыли.

Экономические и общественные предпосылки инновационного роста. Несмотря на доминирующую роль сырьевых секторов экономики, в России достаточно устойчиво функционирует высокотехнологичный сектор. Проблема состоит в том, что его вклад в ВВП до сих пор остается довольно незначительным. Вместе с тем, инновационная часть российской экономики пока сохраняет свои конкурентные преимущества, о чем свидетельствуют показатели экспорта высокотехнологичного оборудования и технологий.

Безусловно, мы имеем дело с производствами и научными центрами, которые изначально имели высокие конкурентные позиции на мировом рынке, но очевидно, что потенциал российского инновационного сектора гораздо выше, а ключ к реализации этого потенциала лежит в создании внутреннего спроса на российские разработки. Для этого в российской экономике существуют и финансовые ресурсы, и человеческий капитал, и научно-технический задел, однако отсутствует преимущество с точки зрения скорости получения результата и стоимости начальных вложений.

Действительно, большинство технологических потребностей российского бизнеса может быть обеспечено за счет закупок готовой продукции западных высокотехнологичных компаний, производства которых уже отлажены и, соответственно, потребности российских заказчиков могут

быть удовлетворены быстрее и дешевле по сравнению со стратегией опоры на собственные силы. С другой стороны, российские высокотехнологичные компании и научные центры оказываются в заведомо проигрышном положении по сравнению с западными конкурентами, поскольку должны фактически не просто произвести необходимый заказчику продукт, но и взять на себя издержки по восстановлению инновационной инфраструктуры, которая, как и в любой рентоориентированной экономике, находится в неконкурентоспособном состоянии. Эти «двойные» издержки, которые вынуждены нести отечественные высокотехнологичные компании, – и есть основной конкурентный проигрыш при их соревновании с западными компаниями за внутренние заказы.

Вместе с тем, как показывает, например, история создания и развития советского ВПК, результаты, которых может достичь отечественная наука и производство в перспективе, могут быть лучше и дешевле, чем то, что предлагает Запад, не говоря уже о роли национальных высокотехнологичных производств для развития общества и культуры. Ведь фактически высокотехнологичный сектор – это механизм, создающий рыночный спрос на лучшие человеческие качества – интеллект и творчество.

Не трудно видеть, что описанная ситуация имеет черты провала рынка, а именно – в области развития высокотехнологичных производств не совпадают коммерческие и общественные (национальные) интересы. Возможность достижения более выигрышного в будущем состояния (как с точки зрения экономических, так и с точки зрения социальных выгод) за счет ориентации спроса бизнеса на внутренние интеллектуальные ресурсы, блокируется существованием коммерческих решений, более выигрышных для бизнеса в настоящем. Интересно, однако (и, вероятно, это не всегда видит бизнес), что, допуская деградацию внутренних интеллектуальных ресурсов страны сегодня, российские предприниматели столкнутся с растущими издержками своего же собственного бизнеса через 3-5 лет. По сути, это уже происходит, и проявляется, в частности:

- в возрастающих издержках поиска опытных квалифицированных кадров;
- в растущей зависимости отечественного бизнеса от услуг западных компаний, рост стоимости которых прямо пропорционален снижению технологической независимости страны и исчезновению внутреннего предложения аналогичной продукции или услуг;
- в нарастающих трудностях привлечь иностранные инвестиции в любые (в том числе, и не наукоемкие проекты) из-за падения общего престижа и репутации национальной производственной инфраструктуры, а также всё большей очевидности для западных инвесторов частой склонности российского крупного бизнеса к хищническому способу ведения дел.

В условиях провала рынка спрос на услуги отечественного высокотехнологического сектора должен формироваться с помощью дополнительных «квазирыночных» инструментов, которые, с одной стороны, уведут предпринимателей с узко-коммерческого (в стратегической перспективе не выгодного для российской экономики) подхода к бизнесу, с другой стороны, не подменяют рыночных действий экономических агентов их «плановой» работой в соответствии со спущенным «сверху» госзаказом.

В одной из предыдущих работ мы обсуждали возможный формат реализации такого «квазирыночного» стимулирования инновационного роста – через внедрение системы институтов, обеспечивающих возможность для бизнеса наращивать деловую репутацию за счет выбора и реализации решений, ориентированных не исключительно на частную выгоду, но – на *баланс коммерческой и общественной выгод*.¹

Вместе с тем, остается открытым вопрос, существуют ли в России предпосылки для реализации такой системы и, сможет ли это привести к фактическому стимулированию инновационного роста? Для этого, как минимум, должны выполняться следующие условия:

- наличие в экономике внутренних точек высокотехнологического роста, доказавших свою конкурентоспособность на мировом рынке;
- наличие у бизнеса достаточного количества свободных финансовых средств, необходимых для направления в новые инновационные проекты без ущерба для сложившейся и действующей системы производства;
- готовность предпринимателей и инвесторов к экономическому поведению, ориентированному на баланс коммерческих и общественных выгод. Это должен быть *особый тип социально ответственного бизнеса, нацеленный на реализацию собственных коммерческих интересов не любой ценой, но через проекты с высокой стратегической общественной полезностью, которые способствовали бы развитию национальных производительных сил.*

Ниже мы постараемся оценить наличие указанных предпосылок в российской экономике на текущей фазе её развития.

Существование точек высокотехнологического роста: Россия в новейшем международном разделении труда. Сырьевая ориентация российской экономики, тем не менее, не может перечеркнуть того факта, что экспортные возможности России в интеллектуальной сфере, хотя и малы

¹ О возможности внедрения такой системы стимулирования инновационных процессов см.: Карачаровский В. О проблеме субъекта технологической модернизации в России: частные интересы бизнеса vs. стратегические задачи экономики // Общество и экономика. 2009. № 10. С. 16, 19-20.

на фоне экспорта природных ресурсов, но вместе с тем довольно устойчивы, в том числе и в кризисные для экономики периоды.

В таблице 1 дана сводка выпуска высокотехнологичной экспортной продукции в сравнении с задействованными на её производство ресурсами и имеющимися дополнительными финансовыми резервами. Так, высокотехнологичная часть российского экспорта – машины, оборудование и транспортные средства – составляет порядка 5-6% всего товарного экспорта, что, безусловно, крайне мало. Но в то же время эта величина составляет 20-25% импорта продукции соответствующей товарной группы. Также примечательно, что 65-70% экспорта машин и оборудования осуществляется в страны дальнего зарубежья – то есть достаточно требовательному и искушенному заказчику. Кроме того, этот сегмент экспорта составляет 55-60% всей производимой в стране инновационной продукции и в 1,5-2 раза превосходит затраты на инновации, произведенные в экономике. Наконец, этот сегмент экспорта довольно устойчив – в период кризиса он сократился лишь незначительно и в 2010 году уже восстановил докризисные значения 2007 года в долларовом эквиваленте.

Таблица 1

Выпуск высокотехнологичной экспортной и инновационной продукции в соотношении с задействованными ресурсами и имеющимися резервами¹

	2006	2007	2008	2009	2010
Экспорт технологий в ВВП, %	н/д	0,16	0,16	0,17	0,19
Экспорт технологий к импорту технологий, %	н/д	82,54	66,46	76,88	98,03
Экспорт машин, оборудования и трансп. средств					
- к ВВП, %	1,70	1,45	1,62	1,40	1,46
- к товарному экспорту, %	5,78	5,60	4,87	5,93	5,42
- к импорту машин, оборудования и трансп. средств, %	26,48	19,31	16,17	24,62	21,08
Инновационная продукция к ВВП, %	2,89	2,88	2,67	2,41	н/д
Затраты на инновации					
- к ВВП, %	0,79	0,70	0,74	1,03	н/д
- к финансовому сальдо (прибыль минус убыток), %	3,69	3,87	8,08	9,01	н/д
Затраты на НИОКР					
- к ВВП, %	1,07	1,12	1,04	1,25	н/д
- к финансовому сальдо (прибыль минус убыток), %	5,05	6,14	11,34	10,96	н/д

¹ Рассчитано по данным Росстата / www.gks.ru и ЕАЭСД / <http://sophist.hse.ru>

Не менее интересны цифры по экспорту технологий. Его доля в ВВП составляет всего 0,15-0,2%, однако, по соотношению с импортом техноло-

гий картина смотрится совершенно иначе – экспорт российских технологий фактически равен импорту, причем растет по сравнению с импортом опережающими темпами (включая кризисные 2008–2009 гг.). Ежегодная стоимость соглашений по экспорту российских технологий составляет около 13-15% от валовых затрат на НИОКР в экономике.

Таким образом, при достаточно низких абсолютных показателях, российский экспорт высокотехнологичной продукции является достаточно эффективным как с точки зрения соотношения «затраты – выпуск», так и с точки зрения покрытия объемов импорта.

Если сравнивать ситуацию в России с другими странами, то можно отчетливо видеть, что для повышения эффективности работы высокотехнологического сектора необходимо увеличение общего объема затрат на НИОКР и технологические инновации. Действительно, в абсолютном выражении внутренние затраты на НИОКР в расчете по паритету покупательной способности национальных валют в России в 2000-е гг., были в среднем в 3,5-5 раз меньше, чем в Германии, в 2-2,5 раза меньше, чем в Великобритании, в 2-3 раза меньше, чем во Франции, в 4-4,5 раза ниже, чем в Китае. При этом примечательно, что за последние 10 лет Китай увеличил затраты на НИОКР в долларовом эквиваленте более чем в 8 раз, тогда как Россия – немногим более чем в 2 раза.¹

Надежды повысить эффективность работы высокотехнологического сектора, не увеличивая затраты, в настоящий период мало обоснованы, так как мировая экономика стоит на рубеже смены технологических укладов (на рубеже V и VI технологических укладов).² Это означает, что все мировые экономики находятся на этапе освоения принципиально новых технологий, период достижения коммерческой отдачи от которых напрямую зависит от интенсивности исследований в этих областях на текущем этапе.

Вопрос в таком случае состоит в том, существуют ли в российской экономике резервы для наращивания «ударного» объема инвестиций в сектор НИОКР и в высокотехнологичные производства? В этой связи отметим, что текущий уровень расходов на НИОКР в России составляет 5-10% от ежегодно получаемой российскими компаниями прибыли, а затраты на технологические инновации – 4-9% от указанной величины (см. табл.1). Это позволяет сформулировать предположение, что *российский бизнес имеет резервы для дополнительного наращивания инвестиций в*

¹ См.: Сборник Росстата «Россия и страны мира» за период 2002-2010 гг. Раздел «Наука и технологии».

² Здесь мы используем терминологию, введенную С. Глазьевым. См., например: Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М.: ВлаДар, 1993. С.96-99.

инновационную сферу без риска нанесения финансового ущерба уже сложившемуся традиционному формату бизнеса. В принципе, соответствующие процессы уже проявляются на долгосрочном периоде – с середины 2000-х гг. доля расходов на НИОКР и затрат на технологические инновации растут быстрее, чем прибыль компаний, что свидетельствует о росте склонности отечественных компаний инвестировать в исследования, разработки и их внедрения в производство. В частности, доля, которую составляют валовые расходы на НИОКР в общей прибыли по экономике, выросла за период 2006–2009 гг. в 2 раза – с 5,5% до 10,96%.

Вместе с тем, для оценки реальных финансовых резервов инновационного роста необходимо видеть, какая часть получаемой компаниями прибыли остается после осуществления ими всех инвестиций, технологически необходимых для воспроизводства уже работающего бизнеса. Насколько велик финансовый остаток, который компании могут позволить себе направить в принципиально новые высокотехнологичные проекты?

Использование компаниями прибыли как критерий оценки модернизационного потенциала экономики. Направление использования прибыли является одним из ключевых для целей нашего анализа показателей. Это одновременно и экономический, и социальный показатель. Как экономический показатель, он указывает на существование (или отсутствие) в экономике резервов для финансирования инновационного роста. Как социальный показатель, он позволяет выявить различные типы экономических агентов – в частности, агентов, ориентированных на стратегическое и общественно-полезное развитие, либо, напротив – на изъятие прибыли в узкокорпоративных интересах.

Индикацией стратегически ориентированного поведения является, например, увеличение доли прибыли, направляемой компаниями на долгосрочное развитие, в том числе на исследования и разработки. Напротив, индикаторами узкокорпоративного восприятия бизнеса является, например, регулярное расходование большей части прибыли на дивиденды.

Для оценки ресурсов инновационного роста важно также понимать меру ориентированности компаний на социально ответственный бизнес. Именно эта прослойка бизнес-сообщества обладает чертами экономической мотивации, необходимыми для восстановления национальных производительных сил. *Социально ответственный бизнес представляет собой потенциальный авангард технологической модернизации потому, что, в сложившихся в российской экономике условиях, принятие решений об инвестировании в крупномасштабные технологические проекты требует способности предпринимателя отойти от традиционного потребительского отношения к бизнесу, и предполагает личностно обусловленную потребность создать бизнес с высоким уровнем не только ком-*

мерческой (что является классикой), но и высокой общественной полезности. Именно такой тип экономического агента наиболее перспективен с точки зрения технологической модернизации экономики и будет способствовать её переходу на новый уровень конкурентоспособности, что в свою очередь, откроет и новые коммерческие возможности.

Индикатором меры социальной ответственности бизнеса может служить доля прибыли, направляемая компаниями в заведомо не приносящие им коммерческую отдачу сферы (социальные выплаты, благотворительность, отчисления в отраслевые и межотраслевые фонды поддержки науки и технологий и т.д.).

В соответствии с этой логикой в таблице 2 мы выделили две группы показателей использования прибыли, а также итоговый показатель свободных финансовых средств.

Первая группа – это показатели финансирования долгосрочных инвестиций, НИОКР, обслуживающих хозяйств, связанных с образованием. Эти показатели свидетельствуют о степени ориентации предприятий на воспроизводство интеллектуального капитала, о склонности к выбору стратегий развития на инновационной основе.

Вторая группа показателей – это показатели, отражающие социальную ответственность бизнеса, то есть расходы, направленные на поддержку важных с точки зрения общества организаций, процессов и видов деятельности, но заведомо не приносящих данной компании дохода. Это выплаты социального характера, благотворительная деятельность и отчисления в отраслевые и межотраслевые внебюджетные фонды НИОКР.

Показатель свободных финансовых средств (свободного капитала) – это доля использованной прибыли, оставшаяся в распоряжении компаний после закрытия ими всех основных, технологически необходимых статей расходов,¹ а также после осуществления расходов, связанных с социальной и благотворительной деятельностью.² Это часть прибыли, которая, как правило, идет на выплату дивидендов, но при принятии компаниями соответствующего решения может быть мобилизована и на другие цели – в частности, на расширение инвестиций в стратегическое развитие.

¹ К «технологически необходимым» статьям расходов мы отнесли: финансирование долгосрочных инвестиций, расходы обслуживающих хозяйств, финансирование обособленных структурных подразделений, представительские расходы, оплата услуг банков, финансово-кредитных организаций, аудиторских организаций и рекламных агентств.

² Расходы компаний на благотворительность регламентированы Федеральным законом №135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (см., в частности, п. 1 статьи 2 указанного закона).

Таблица 2

**Региональная и отраслевая специфика использования прибыли
предприятиями и организациями¹**

(указаны расходы в процентах от использованной прибыли; по данным за 2010 год)

	Расходы по финансированию дол- госрочных инвестиций	из них, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы	Расходы обслуживающих хозяйств	из них, расходы на содерж. объек- тов образования и услуги образо- вания	Выплаты социального характера	Расходы на благотворительные це- ли	Отчисления в отраслевые и межот- раслевые фонды НИОКР	Доля использ. прибыли по основ- ным статьям расходов, кроме дивиден- дов
Данные по РФ	38,2	0,31	2,01	0,15	4,79	4,77	0,051	54,4 ²
Региональная специфика ³								
Москва	45,6	0,27	0,72	0,044	4,18	6,15	0,013	64,6
С.-Петербург	49,8	0,64	2,93	0,026	9,98	4,20	0,007	70,9
Московская область	21,8	0,28	0,85	0,009	2,21	1,16	0,36	30,7
Пермский край	71,8	0,044	2,82	-	11,83	12,03	-	99,2
Нижегородская область	55,4	1,05	3,23	0,13	8,65	5,84	0,018	76,5
Новосибирская область	24,8	-	4,73	3,58	2,17	3,92	0,001	38,1
Ульяновская область	59,56	0,95	6,08	0,27	9,32	2,35	-	81,2
Отраслевая специфика								
Добыча нефти, газа и пред- оставление услуг в этих областях	31,5	0,07	2,46	0,01	6,35	11,23	-	58,3
Финансовый сектор	19,3	-	0,01	-	5,83	9,52	-	41,8
Производство офисного оборудования и вычисли- тельной техники	55,48	2,57	0,65	-	6,58	4,81	-	90,9
Производство электронных компонентов, аппаратуры для радио, телевидения и связи	38,32	1,07	3,65	0,01	7,45	4,11	0,04	76,0
Производство судов, лета- тельных аппаратов и транспортных средств	51,91	0,5	13,54	0,12	13,07	5,81	0,12	87,9
Производство вертолетов и самолетов	89,04	-	4,09	0,2	1,70	5,07	-	99,9

¹ *Примечание:* расчеты произведены на основе баз «Единого архива экономических и социологических данных» (ЕАЭСД) / <http://sophist.hse.ru>

² Эта величина составляет 1,62% ВВП. Оставшаяся часть использованной прибыли составляет 1,35% ВВП.

³ Выборочно даны регионы-лидеры по показателям технологического и машиностроительного экспорта за 2010 год.

В таблице 2 значения всех групп показателей приведены с учетом региональной и отраслевой специфики. В региональном срезе мы выборочно выделили регионы-лидеры по машиностроительному и технологическому экспорту. В отраслевом срезе – отслеживали традиционные различия между рентоориентированными и высокотехнологичными отраслями российской экономики.

В таблице приведены данные за 2010 год, но предварительно отметим, что обзор показателей за период 2006–2010 гг. показывает, что склонность российских компаний к стратегически ориентированному, равно как и к социально ответственному экономическому поведению выражена не слишком ярко, хотя в сложившемся виде обладает определенной устойчивостью.

В среднем по России, расходы на финансирование долгосрочных инвестиций из прибыли колеблются в последние 3-5 лет на уровне 40-50%, при этом данный показатель несколько сократился по сравнению с серединой 2000-х гг. (с 55,6% в 2006 году до 38,2% в 2010 году), что говорит о существовании тенденции к вытеснению в сознании экономических агентов логики стратегического развития логикой быстрых денег. Вместе с тем, закономерным является существенно больший вес этой статьи расходов для наукоемких производств по сравнению с рентоориентированными. В частности, в секторе производства офисного оборудования и вычислительной техники этот показатель составляет 55,5%, в авиационной промышленности – 89%. Напротив, финансовый сектор, практически не осуществляет долгосрочных инвестиций – доля соответствующей статьи расходов чуть более 19%. Таким образом, наиболее прибыльные российские отрасли (нефть, газ, финансовые структуры) наименее склонны к стратегическому инвестированию и, в основном, ориентируются на изъятие прибыли в узкокорпоративных целях.

Совершенно незначительным в составе долгосрочных инвестиций оказываются отчисления на НИОКР, их доля от использованной прибыли составляет около 0,3% (показатель практически не меняется на протяжении последних 5 лет), что явно свидетельствует о слабой ориентации компаний на развитие через технологические инновации. Более того, эта ситуация характерна не только для экономики в целом, но и для отраслей, традиционно относящихся к наукоемким. Так, по итогам 2010 года предприятия и организации, относящиеся к сектору науки (университеты, НИИ, КБ, НПО и др.) направили на финансирование долгосрочных НИОКР лишь 11,5% от использованной прибыли, в электронной промышленности этот показатель составляет 1,8-2,5% (в зависимости от конкретных видов деятельности), в секторе производства летательных аппаратов, включая космические – 1,1%, в транспортном машиностроении –

0,49%, в химическом производстве – 0,3%. В капиталоемких секторах расходы на НИОКР составляют сотые доли процента от прибыли, например, в секторе добычи нефти и газа – 0,066%, в производстве кокса и нефтепродуктов – 0,014%.

Эти результаты, с одной стороны, закономерны и подготовлены всей совокупностью застарелых системных проблем российской экономики, но с другой стороны, скрывают явные противоречия. В частности, не используя большую часть своей прибыли на долгосрочные инвестиции, подавляющая часть компаний, тем не менее, в числе основных барьеров, препятствующих своей деловой активности и инвестиционной активности, – указывает именно недостаток финансовых средств.¹

В целом такая же ситуация наблюдается по использованию компаниями прибыли для финансирования расходов обслуживающих хозяйств. На эти цели компаниями выделяется 2-3% использованной прибыли и, в частности, на содержание и оплату услуг образования – 0,15-0,20%, причем этот объем средств за 2010 год в 5 раз ниже, чем средства, направленные, скажем, на оплату услуг пансионатов и домов отдыха. В секторах с наукоемким производством этот разрыв оказывается подчас ещё большим. Например, в транспортном машиностроении, включая судостроение и авиационно-космическую промышленность, на услуги образования из прибыли было потрачено в 16 раз меньше средств, чем на услуги пансионатов и домов отдыха (в 9 раз меньше, если смотреть финансирование соответствующих расходов не из прибыли, а из денежных средств за отчетный период), в электронной промышленности – в 2 раза меньше средств (в 3 раза меньше, если смотреть финансирование соответствующих расходов не из прибыли, а из денежных средств за отчетный период).

Безусловно, с точки зрения развития работников, рекреация отнюдь не менее важный фактор, чем образование. И, тем не менее, это тоже свидетельствует об определенных приоритетах компаний. Опять же, отметим, что это происходит на фоне очень часто декларируемого компаниями кадрового голода.

Ситуация с показателями второй группы несколько иная – они, во-первых, выше (если сравнивать, например, с инвестициями компаний в НИОКР и в образование) и, во-вторых, более устойчивы и даже проявляют тенденцию к росту. Так, финансируемые из прибыли компаний социальные выплаты и расходы на благотворительность в сумме составляют

¹ См., например, результаты соответствующих выборочных опросов Росстата. В частности, за 2009-2010 гг.: «Российский статистический ежегодник». 2010 / http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_13/IssWWW.exe/Stg/d3/13-11.htm и «Статистический бюллетень». 2011. №2 (173) / http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_04/IssWWW.exe/Stg/d02/1-p02.htm.

до 10% использованной прибыли, причем за последние 3 года этот показатель заметно рос.

Особое значение имеет итоговый показатель свободного капитала. Доля использованной компаниями прибыли на все основные статьи расходов, включая технологически необходимые и социальные, кроме дивидендов в целом по экономике составляет около 50% (в 2010 году – 54,4%). Это означает, что оставшиеся 45,5% полученной компаниями прибыли могут быть направлены не на цели быстрого обогащения, но на стратегические инвестиции. В 2010 году эта часть прибыли составила 1,35% ВВП, то есть она сопоставима со всеми затратами на НИОКР, производимыми в экономике, и в 1,3-1,5 раза превышает все затраты на технологические инновации (ср. с табл. 1). При этом ресурсы высокотехнологичных производств по использованию прибыли оказываются практически исчерпаны – технологически необходимые затраты составляют для них 80-100% прибыли. Тогда как в нефтегазодобывающем секторе этот показатель составил около 58%, в финансовом секторе около 40%. Отметим, что год от года ситуация по отраслям меняется – например, в 2009 году, в секторе электронного машиностроения технологически необходимые затраты составили лишь около 40% использованной прибыли, а, например, в финансовом секторе – лишь 7%.

Оставшуюся часть использованной прибыли компании, вероятнее всего, направляют на выплату дивидендов, тогда как эти средства могли бы стать дополнительным ресурсом инновационного роста, если бы крупные игроки обладали соответствующей мотивацией. Дилемма «дивиденды vs. стратегическое развитие» является гордиевым узлом российской экономики, на необходимость решения которого аналитики указывали ещё в начале 2000-х гг., с началом роста «легких» нефтегазовых прибылей.¹

Похожую картину мы видим по регионам. Фактически, если рассматривать инвестиционный период в 2-3 года, то практически в любом регионе РФ бизнес может мобилизовать дополнительно 30-50% прибыли на финансирование долгосрочных инвестиций. С точки зрения инвестиций в НИОКР и в технологические инновации это означает, что соответствующие расходы бизнес, при желании, может фактически удвоить, не неся никаких потерь в уже созданных цепочках добавленной стоимости.

¹ См., например: Примаков Е.М. (рук. разработки). Государственная промышленная политика России. Проблемы формирования и реализации. Материалы Торгово-промышленной палаты РФ. М., 2003. С. 3-4.

Мотивы и установки экономических агентов как критерий оценки модернизационного потенциала общества. Ориентация экономических агентов на инновационный рост через развитие национальных производительных сил может быть оценена не только посредством анализа фактически осуществляемого экономического поведения, но и на основе исследования установок, ценностных ориентаций и мотивов. Важность этой составляющей анализа обуславливается тем, что *предпринимательство (на уровне установок) вполне может быть готово к осуществлению стратегически важных для страны инвестиций, но не делать этого в связи с целым комплексом опасений* – например, ввиду недоверия правительству, неуверенности в социально-политической стабильности, высокими рисками хищнического поведения конкурентов и т.д. Здесь мы приведем некоторые оценки соответствующих установок по российскому обществу в целом и по отдельным группам предпринимателей и профессионалов.

Основной целевой группой для нашего исследования являются инновационные предприниматели. Их представители отвечают сразу двум интересующим нас критериям: (1) непосредственный доступ к управлению бизнесом и принятие решений на уровне компаний, (2) установка на инновационную деятельность как основу извлечения дохода. Об укоренённости в их сознании этой установки говорит сама сфера их деятельности – управление инновационными компаниями.¹

Другая перспективная группа – «ядро» среднего класса² – представляет собой социальную среду, из которой с высокой вероятностью могут выйти как будущие предприниматели, так и будущие управленцы. Подавляющая часть представителей «ядра» среднего класса допущена к принятию решений на уровне организаций либо отдельных подразделений.

Третья группа – это так называемые «новые» профессионалы (профессионалы, занятых в четвертичном секторе мегаполисов и крупных го-

¹ Здесь и далее оценки по инновационным предпринимателям проведены на основе данных исследования «Социальный портрет российского инновационного предпринимателя» (Институт менеджмента инноваций НИУ ВШЭ, 2011). При реализации проекта использованы средства государственной поддержки, выделенные Институтом общественного проектирования в качестве гранта в соответствии с распоряжением президента РФ от 08 мая 2010 года №300–рп. Основу опроса составили российские предприниматели – участники второго этапа ежегодного конкурса "Русские инновации" (выборка 235 человек). Автор статьи благодарит коллег из Института менеджмента инноваций НИУ ВШЭ за предоставленную ему возможность участия в разработке методологии данного исследования и предоставленные для анализа эмпирические данные.

² Методику выделения среднего класса и его «ядра» см. в работе: Тихонова Н.Е., Мареева С.В. Средний класс: теория и реальность. М.: Альфа-М, 2009. Гл.2.

родов). Эти работники составляют основу инфраструктурного обеспечения инновационной деятельности и в немалой степени определяют её успех.

Комплекс крупных российских социологических исследований, проведенных в период 2006–2010 гг. позволяет в целом следующим образом охарактеризовать ситуацию в стране:¹

- российское общество крайне неоднородно по восприятию будущего страны: большая часть населения воспринимает Россию как энергетическую и сырьевую державу, видя именно таким и её будущее; но это не исключает того, что идею поддержки государством сектора высоких технологий также поддерживает не менее половины населения;
- «ядро» российского среднего класса, а также большая часть профессионалов высоко оценивают перспективы России как ведущей научной и промышленной державы и склонны рассматривать её будущее именно с этих позиций;
- анализ классической дихотомии «что есть работа? – источник заработка или средство самореализации» дает следующую картину: свою текущую работу подавляющее большинство населения (более 90%) воспринимает, прежде всего, как источник дохода или средств к существованию; лишь для трети – это источник личностной самореализации. Однако в среде профессионалов и у представителей «ядра» среднего класса доход и самореализация в работе выступают как равноприоритетные ценности;
- классический тест «куда бы человек потратил дополнительный миллион или позволяющее безбедно существовать наследство» выявляет в целом конструктивные установки населения – значительная часть (30-50%) склонна попытаться преумножить этот капитал, около четверти населения готовы попытаться открыть свое собственное дело;
- среде профессионалов свойственна высокая оценка таких качеств, как креативность, компетентность, постоянное движение вперед и готовность к изменениям;

¹ Здесь и далее данные по «ядру» среднего класса и «остальному» населению взяты нами в работе: Тихонова Н.Е., Мареева С.В. Средний класс: теория и реальность. М.: Альфа-М, 2009. Гл.4. Данные по населению в целом воспроизводятся по работе: Горшков М.К., Крумм Р., Тихонова Н.Е. (ред.) Готово ли российское общество к модернизации? М.: Изд-во «Весь мир», 2010. Разделы 2, 5. Результаты по группам «традиционных и «новых» профессионалов даются по работе: Шкаратан О.И., Иняевский С.А., Любимова Т.С. Информационные производители как основные акторы развития новой экономики. Препринт WP7/2007/04. М.: ГУ-ВШЭ, 2007.

- «новые» профессионалы отличаются от «традиционных» профессионалов большей нацеленностью на чистую экономическую выгоду – «единицы из них согласились бы на очень интересную работу, приносящую низкий доход».¹

Заметно отличаются от всех рассмотренных групп инновационные предприниматели. В некотором приближении их установки можно охарактеризовать как обостренные в сторону романтизма установки «ядра» среднего класса и группы «новых» профессионалов.

Например, доля инновационных предпринимателей, «совершенно согласных» с утверждением, что работа является источником научной и творческой самореализации – 68%, «скорее согласных» с этим утверждением – 29%. С утверждением, что бизнес – это источник дохода «совершенно согласны» 41% и «скорее согласны» 44%.

При исследовании группы инновационных предпринимателей нами был введен вопрос о стратегическом выборе между более прибыльным и менее прибыльным проектом при условии, если менее прибыльный обладает более ценными для предпринимателя неденежными характеристиками (см. табл. 3).

Таблица 3

Некоторые оценки роли неэкономических мотивов в экономических установках инновационных предпринимателей^{1,2}

(даны доли респондентов, отметивших соответствующий пункт, %)

Вопрос	Варианты ответов		
Готовы ли Вы отказаться от более прибыльного проекта в пользу менее прибыльного, при условии:	Однозначно да	Готов, но вопрос в цене	Однозначно нет
- если менее прибыльный проект более интересен для Вас как для профессионала	65,9	26,0	4,0
- если менее прибыльный проект является более значимым с социальной (общественной) точки зрения	48,0	27,4	12,6
- если менее прибыльный проект имеет больший резонанс в обществе или среде профессионалов	24,7	21,1	39,0

¹ Сумма по строкам не равна 100%, так как не указан процент тех, кто затруднился с ответом на вопрос

² N=235

¹ Шкаратан О.И., Инясевский С.А., Любимова Т.С. Информационные производители как основные акторы развития новой экономики. Препринт WP7/2007/04. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. С. 55.

Анализ четко позволяет выделить три базовых личностных типа инновационного предпринимателя. Личности первого типа свойственно отношение к профессии и бизнесу как к делу, которое гармонично дополняет семейную и личную жизнь, служит средством поддержания душевного равновесия, а также обеспечения благополучия себе и близким. Второй тип личности – это предприниматели, рассматривающие бизнес исключительно как средство удовлетворения своих амбиций. Глубинной целью в данном случае является престиж, признание и проистекающая отсюда власть. Для третьего типа личности жизнь тождественна работе – основной ценностью является не доход или престиж, а воплощение собственных идей как цель-в-себе. При ответе на вопрос о главном достижении в своей жизни представители этого типа стремятся как можно детальнее передать сущность и содержание своих разработок.

Видим, что в целом в инновационном предпринимательстве (по крайней мере, если ориентироваться на декларативные установки) ярко выражена склонность к типам экономического поведения, которые можно определить как «стратегические жертвы» – выбор коммерчески менее эффективного, но с профессиональной или общественной точки зрения более полезного проекта. Так, 66% предпринимателей, при прочих равных, отказались бы от более прибыльного проекта в пользу менее прибыльного, если бы менее прибыльный был интереснее для них как для профессионалов, а 48% отказались бы от более прибыльного в пользу менее прибыльного, если бы последний имел более высокую общественную полезность. Отметим также, что более четверти инновационных предпринимателей готовы рассматривать вариант отказа от более прибыльного проекта в пользу менее прибыльного, но более важного с социальной (общественной) точки зрения, взвешивая «цену отказа».

Таким образом, *инновационные предприниматели обладают особо ценным для сегодняшней России типом экономической мотивации, который мы обсуждали выше, – они стремятся к максимизации дохода не любой ценой, но исключительно через инновации, и при этом стремятся максимизировать не чистую коммерческую выгоду, но баланс коммерческой выгоды и общественных интересов.*

Внешнее мировоззренческое единство инновационных предпринимателей, тем не менее, скрывает весьма непохожие внутриличностные мотивы. Поэтому, во-первых, важно не только знать реализуемые предпочтения, но и стоящие за этим выбором первопричины. Во-вторых, в не

меньшей степени важно понять реакцию личности на противодействия внешней среды – трансформируются ли при этом его изначальные установки и тип экономического поведения?

Таблица 4

**Реконструкция установок, указывающих на ценностную компоненту
максимизируемой полезности¹**

Ценностная компонента максимизируемой полезности	Примеры суждений (типовые ответы на вопрос об основном достижении в жизни и профессиональной деятельности)²	Доля суждений
Баланс «семья – работа»	«Семья, любящие дети и внуки, попытка развития медицинских препаратов, способных сохранить жизнь многим людям» «Рождение детей. Спрос на созданные новые продукты». «Благополучие близких людей. Реализация задуманного в бизнесе» «Дети и любимая жена; возможность расти и развиваться в профессиональном плане» «Дружная семья и общий бизнес с сыновьями»	≈ 35-40%
Амбиции, признание, престиж	«Я создал развивающийся и перспективный бизнес в этой стране» «Стал специалистом в своей области, каких мало. Многие обращаются за консультациями, приятно» «Удалось устоять 20 лет, конкурируя с продукцией всего мира» «Ряд изобретений высокого уровня, не имеющих аналогов» «Решение задач, которые не смогли решить великие предшественники»	≈ 40%
Собственные идеи и разработки как «ценности в себе»	«Создание технологии прогноза и поисков рудных полезных ископаемых» «Экспериментальное и теоретическое изучение свойств алюминийорганических соединений» «Экспериментальное исследование макета изотермического преобразователя теплоты окружающего воздуха в электрический постоянный ток» «Разработка, производство, реализация и сервисное обслуживание лазерных хирургических аппаратов»	≈ 30-25%

¹ Классификация установок проведена на основе анализа ответов респондентов на открытый вопрос «Что Вы считаете основным достижением в Вашей жизни и профессиональной деятельности?».

² Суждения приводятся дословно на основе записей в анкетах.

Действие подобного рода «внутриличностных» ограничений подтверждают результаты сравнительного анализа успешности предпринима-

телей, которым свойственны и не свойственны рассмотренные указанные барьеры. В частности, среди предпринимателей, которым свойственны барьеры 2 и 3 рода, низка доля растущих предприятий и одновременно высок процент тех, у кого выручка не изменилась или упала. Группы заметно различаются и по уровню инновационной активности. Доля тех, кто выпускал принципиально новую продукцию или проводил модернизацию существующей продукции в рассматриваемой группе в среднем на 20-30% ниже, чем в группе успешных предпринимателей, имеющих стабильно растущую выручку.

В первом случае (табл. 4) анализировались ответы предпринимателей на открытый вопрос о том, что человек считает главным достижением в своей жизни и профессиональной деятельности. На основе этого анализа можно отследить, какие глубинные ценности могут определять отклонение экономически рационального поведения от стратегии максимизации исключительно коммерческого выигрыша к стратегии максимизации индивидуальной полезности, которая в случае инновационных предпринимателей, как мы видели выше, в значительной мере связана с профессиональной и общественной значимостью осуществляемой деятельности.

Анализ ответов на другой открытый вопрос – о барьерах, препятствующих развитию бизнеса, – позволил выявить *наряду с трудностями объективного характера, также особый класс барьеров: внутриличностные. Именно этот тип барьеров снижает потенциал экономических агентов как субъектов модернизации.* Респонденты просто выносили свои суждения об основных проблемах развития своего бизнеса, но характер этих суждений позволял достаточно четко провести границу между реальными проблемами и проблемами, проистекающими из личностных установок. В ходе анализа было выделено три рода таких барьеров (табл. 5).

Отличительная особенность этих барьеров состоит в том, что они проявляются при любом состоянии внешней среды как реакция, прежде всего, на собственные неудачи. Поэтому их наличие накладывает определенные ограничения на ценность данного агента как субъекта модернизации. Например, барьеры 1-го рода связаны с нежеланием заниматься бизнесом (а не наукой), патологическим страхом неудачи, боязнью риска, ответственности, страхом быть непонятым, внутренней усталостью и т.д. Барьеры 2-го и 3-го рода являются проявлением установок, которые отражают стремление переложить личный неуспех на внешние структуры. Как правило, это обвинение в собственных неудачах некой «системы», при этом её «пагубная» роль экстраполируется до масштабов «предпринимательства как класса» или российского общества в целом. Распро-

страненность деструктивных внутриличностных особенностей в среде инновационных предпринимателей составляет порядка 20-25%.

Таблица 5

Реконструкция деструктивных установок, снижающих модернизационный потенциал личности¹

Тип барьера	Смысловое содержание	Типовые ответы респондентов, выступающие в качестве индикаторов внутриличностных барьеров ²
Внутренние барьеры 1-го рода	Внутренняя усталость, отсутствие установок на рост и соответствующее рациональное поведение	«Отсутствие свободного времени» «Посредственная самодисциплина» «Слабость духа» «Собственная бестолковость» «Собственные недостаточные пробивные способности» «Чувство тревоги» «Нехватка жизненной энергии» «Усталость» «Собственная лень» «Реальная цель моей деятельности – наука, а не бизнес»
Внутренние барьеры 2-го рода	Неконструктивность установок, ориентация на поиск источника своих неудач исключительно в «неполноценности» внешней среды	«Недостаточно знаний у потенциальных потребителей» «Незаинтересованность людей в инновациях» «Консервативность потребителей» «Малая восприимчивость общества к инновациям», «Инерционность мышления заказчиков» «Государству не нужны разработки»
Внутренние барьеры 3-го рода	Агрессивное неприятие действительности, восприятие внешнего окружения как исключительно враждебного	«Бардак, который происходит в стране, бандитизм, грабительское отношение прихвизаторов к украденной у народа собственности» «Высокотрибунные безответственные, некомпетентные трепачи» «Тупость масс» «Скудоумие центральной и региональной власти» «Никому ничего не надо!» «Отсутствие вменяемых инвесторов» «Косность людей» «Идиотское таможенное законодательство» «Неквалифицированное управление государством» «Менталитет русского человека»

¹ Классификация барьеров проведена на основе анализа ответов респондентов на открытые вопросы анкеты: «Назовите, пожалуйста, три барьера, мешающие текущей деятельности Вашего бизнеса» и «Назовите, пожалуйста, три барьера, мешающие развитию Вашего бизнеса».

² Суждения приводятся дословно, на основе записей, сделанных в анкетах.

Внутренние барьеры 1-го рода открыто обозначали при ответах на вопросы сами эксперты/респонденты. Внутренние барьеры 2-го и 3-го рода, напротив, самими экспертами/респондентами не воспринимались как таковые. Типичный пример проявления внутриличностного барьера, выявляющего в целом деструктивный с точки зрения вызовов модернизации тип личности: *Вопрос:* – Назовите, пожалуйста, барьеры, которые препятствуют развитию Вашего бизнеса? *Ответ:* – Тупость масс.

В целом по выборке группа предпринимателей, которым свойственны указанные внутриличностные барьеры и, соответственно, чья ценность как субъектов модернизации низка, составляет порядка 20%. В целом же слой инновационного предпринимательства демонстрирует нам наиболее близкий к идеалу образец необходимого современной России экономического агента.

Таким образом, в российском обществе достаточно явно представлены слои как профессионалов, так и предпринимателей, готовые включиться в процессы экономической модернизации на инновационной основе. Кроме того, видно, что общество в целом, несмотря на консервативность взглядов, тем не менее, осознает необходимость нового взгляда на развитие и, что крайне важно, способно обеспечить общественную легитимность действиям соответствующего типа игроков (предпринимателей, инвесторов, профессионалов).

* * *

В современной России одновременно существуют и точки высокотехнологического роста, и неиспользованные резервы, которые бизнес может дополнительно направить на его стимулирование. Вместе с тем, имеется неразрешенное пока противоречие между наличием у фирм свободных финансовых ресурсов и неготовностью использовать их в полной мере для расширения инновационной деятельности. И это ключевая дилемма современной российской экономики.

Очевидно, что любые попытки увеличить финансирование в стратегических направлениях, так же, как и институциональные реформы соответствующей направленности, не дадут положительного результата, если не будут опираться на соответствующим образом мировоззренчески подготовленный слой экономических агентов. При этом наибольшую ценность для современной России имеет тип экономического поведения, ори-

ентированный не на узковоспринимаемую коммерческую выгоду от бизнеса, но – на баланс коммерческой и общественной эффективности осуществляемой предпринимательской деятельности, её стратегическую общественную полезность.

С этих позиций мы постарались дать срез российского общества на текущей фазе его развития, анализируя стратегии использования компаниями прибыли, а также непосредственно оценивая социально-экономические установки отдельных слоев российского предпринимательства. Одной из основных задач, которую необходимо пытаться решить сегодня, это соединение имеющегося в экономике свободного капитала и достаточно явно представленной в обществе перспективной экономической мотивации.
