Аналитическая справка

к заседанию выездного Комитета Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам на тему «Практика привлечения бюджетных средств и применения мер налогового стимулирования в целях повышения инвестиционной привлекательности регионов»

На данный момент Калужская область в Национальном инвестиционном рейтинге располагается в числе лидеров – на 8й позиции по состоянию на 2020 год. С 2006 года в Калужской области открыто 116 новых предприятий, создано более 30 тыс. рабочих мест. В том числе в 2019 году открыто 7 новых производств. Более 200 проектов со всего мира реализуется в регионе. В 2019 году заключено 26 инвестиционных соглашений с объемом инвестиций более 90 млрд рублей и созданием 3 тыс. рабочих мест[1].

Однако динамика инвестиционного климата в регионе отрицательная: за один год позиция региона ухудшилась в два раза (в 2019 году область была на 4 месте). В связи с текущей ситуацией могут быть предложены несколько идей по улучшению инвестиционного климата, которые могут быть релевантны как для Калужской области, так и в масштабах страны:

– провести налоговую реформу, где МСП, являющийся работодателем для значительного количества людей, получит существенные льготы в виде снижения размера отчислений в соцфонды;

– принципиально понизить регуляторное давление на бизнес, например, через снижение объема предоставляемой отчетности. Такая аналогия существует в ЕС, где отчетность сдается на уровне 1-2 документов в год (https://idea.asi.ru/improject-48/ideas/2143);

– ввести в законодательство понятие «налоговый капитал», который будет аккумулироваться из ранее выплаченных налогов и использоваться при расчете возможных льгот для МСП (https://idea.asi.ru/improject-48/ideas/8424);

– увеличить рост инвестиций от МСП через вовлечение капиталов МСП в инвестиции, удлинение денег бизнеса, частичное участие МСП в инфраструктурных и социальных проектах (https://idea.asi.ru/improject-48/ideas/2198). Через специальные налоговые льготы возможно стимулирование региональных МСП к участию в долгосрочных инфраструктурных проектах (льготы за участие), через которые бизнес будет не только получать льготы, но и иметь возможность формировать ту среду, в которой ему далее предстоит работать. Долгосрочные инвестиции в инфраструктуру могут привести к другим

[1] https://investkaluga.com/o-kaluzhskoy-oblasti/promyshlennost-regiona/investproekty/

инвестициям: например, строительство новой автомагистрали связано с открытием заправочных станций и розничных магазинов для автомобилистов;

– преобразовать механизм инвестиционного налогового кредита путем предоставления средств на реализацию инвестиционной фазы, направленной на техническое перевооружение производств, создание инновационных продуктов, создание нематериальных активов вначале этой фазы. На данный момент налоговый кредит предоставляется после реализации инвестиционной фазы (https://idea.asi.ru/improject-48/ideas/9008).

Калужская область может стать пилотным регионом, где будут проходить апробации указанных выше изменений. В области уже существуют особые экономические зоны в Людино и Боровском, которые можно использовать как «правовые песочницы», где будут внедряться вышеуказанные меры поддержки инвестиционной привлекательности региона.

Тем не менее, первым шагом перед реализацией каких-либо изменений должен стать анализ эффективности текущих стимулирующих политик региона, а именно, налоговых льгот и преференций, доступных на данный момент. Неэффективные меры, не пользующиеся спросом со стороны бизнеса и инвесторов, должны быть пересмотрены и могут быть заменены идеями, описанными выше. Если же налоговые меры пользуются спросом, то, возможно, налоговое стимулирование себя исчерпало и необходимо смотреть в сторону другим механизмов повышения инвестиционной привлекательности региона: повышать уровень жизни, способствовать благополучию через развитие городской среды и сельской местности, привлекать таланты в регион, создавать научно-образовательный хаб на базе области.

В целях разработки мер по повышению инвестиционной привлекательности региона и совершенствования налогового стимулирования может быть очень полезным ознакомиться со Сборником лучших региональных управленческих практик в сфере повышения инвестиционной привлекательности по результатам Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации 2018 года (Приложение 1), аналитическими материалами «Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ» (Приложение 2) и исследовательским отчетом «Социокультурные факторы инновационной активности населения» (Приложение 3).

Приложение 1

Сборник лучших региональных управленческих практик в сфере повышения инвестиционной привлекательности по результатам Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации 2018 года

Москва 2018

Оглавление

Оглавление 2

Введение 8

Направление А «Регуляторная среда» 10

Фактор А1 «Эффективность процедур регистрации предприятий» 10

Показатель А1.1 «Среднее время регистрации юридических лиц» 10

Показатель А1.2 «Среднее количество процедур, необходимых для регистрации юридических лиц» 11

Показатель А1.3 «Удовлетворенность деятельностью по регистрации юридических лиц» 11

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А1 «Эффективность процедур регистрации предприятий» 12

Фактор А2 «Эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство» 14

Показатель А2.1 «Среднее время получения разрешений на строительство» ... 14

Показатель А2.2 «Среднее количество процедур, необходимых для получения разрешений на строительство» 15

Показатель А2.3 «Удовлетворенность деятельностью государственных и муниципальных органов, уполномоченных на выдачу разрешений на строительство» 16

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А2 «Эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство» 17

Фактор А3 «Эффективность процедур по регистрации прав собственности» 19

Показатель А3.1 «Среднее время регистрации прав собственности юридических лиц и ИП на недвижимое имущество (кроме права собственности на земельный участок)» 19

Показатель А3.2 «Среднее количество процедур, необходимых для регистрации права собственности юридических лиц и ИП на недвижимое имущество (кроме права собственности на земельный участок)» 20

Показатель А3.3 «Удовлетворенность деятельностью по Государственной регистрации прав юридических лиц и ИП на недвижимое имущество и сделок с ним» 21

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А3 «Эффективность процедур по регистрации прав собственности».....22

Фактор А4 «Эффективность процедур по выдаче лицензий».....23

Показатель А4.1 «Удовлетворенность деятельностью по лицензированию отдельных видов предпринимательской деятельности».....23

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А4 «Эффективность процедур по выдаче лицензий» 24

Фактор А5 «Эффективность процедур по подключению электроэнергии» 24

Показатель А5.1 «Среднее время подключения к электросетям».....24

Показатель А5.2 «Среднее количество процедур при подключении к электросетям» 25

Показатель А5.3 «Удовлетворенность эффективностью процедур по подключению к электросетям» 26

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А5 «Эффективность процедур по подключению электроэнергии».....27

Направление Б «Институты для бизнеса» 28

Фактор Б1 «Эффективность институтов, обеспечивающих защищенность бизнеса» 28

Показатель Б1.1. «Наличие и качество регионального законодательства о механизмах защиты и поддержки инвесторов» 28

Показатель Б1.2 «Эффективность института оценки регулирующего воздействия в субъекте Российской Федерации» 29

Показатель Б1.3 «Оценка уровня развития механизма государственно-частного партнёрства (ГЧП) в субъекте Российской Федерации».....30

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б1 «Эффективность институтов, обеспечивающих защищенность бизнеса».....31

Фактор Б2 «Административное давление на бизнес».....33

Показатель Б2.1 «Количество запрошенных дополнительных документов у предприятия в год» 33

Показатель Б2.2 «Среднее количество контрольно-надзорных мероприятий в год» 34

Показатель Б2.3 «Доля компаний, столкнувшихся с давлением со стороны органов власти или естественных монополий» 34

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б2 «Административное давление на бизнес» 35

Фактор Б3 «Эффективность работы организационных механизмов поддержки бизнеса» 37

Показатель Б3.1 «Эффективность работы Совета по вопросам развития инвестиционного климата (или аналогичного органа) в субъекте Российской Федерации» 37

Показатель Б3.2 «Эффективность обратной связи и работы канала (каналов) прямой связи инвесторов и руководства субъекта Российской Федерации» 38

Показатель Б3.3 «Региональная/окружная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами» 39

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б3 «Эффективность работы организационных механизмов поддержки бизнеса» 40

Фактор Б4 «Качество информационной поддержки инвесторов и бизнеса» 41

Показатель Б4.1 «Интернет - портал об инвестиционной деятельности» 42

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б4 «Качество информационной поддержки инвесторов и бизнеса» 43

Направление В "Инфраструктура и ресурсы" 44

Фактор В1 «Качество и доступность инфраструктуры» 44

Показатель В1.1 «Доля дорог, соответствующих нормативным требованиям» 44

Показатель В1.2 «Оценка качества дорожных сетей предпринимателями» 45

Показатель В1.3 «Оценка качества телекоммуникационных услуг предпринимателями» 46

Показатель В1.4 «Оценка объектов инвестиционной инфраструктуры предпринимателями» 46

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В1 «Качество и доступность инфраструктуры» 47

Фактор В2 «Эффективность процедур постановки земельного участка на кадастровый учет и качество территориального планирования» 48

Показатель В2.1 «Оценка деятельности органов власти по постановке на кадастровый учет» 48

Показатель В2.2 «Время постановки на кадастровый учет» 49

Показатель В2.3 «Среднее количество процедур, необходимых для постановки на кадастровый учет» 50

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В2 «Эффективность процедур постановки земельного участка на кадастровый учет и качество территориального планирования» 51

Фактор В3 «Качество и доступность финансовой поддержки» 52

Показатель В3.1 «Доля региональных налоговых льгот, предоставленных региональных субсидий и финансирования проектов из средств регионального инвестиционного фонда или корпорации развития от налоговых доходов региона (с учетом НДФЛ, без учета транспортного налога с физ. лиц и налога на имущество физ. лиц)» 53

Показатель В3.2 «Доля гарантий региональной гарантийной организации от налоговых доходов региона (с учетом НДФЛ, без учета транспортного налога с физ. лиц и налога на имущество физ. лиц)» 54

Показатель В3.3 «Оценка мер государственной финансовой поддержки» 55

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В3 «Качество и доступность финансовой поддержки» 56

Фактор В4 «Качество и доступность трудовых ресурсов» 57

Показатель В4.1 «Доля выпускников в промышленном производстве, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте и связи от общего числа занятых в этих секторах» 57

Показатель В4.2 «Оценка доступности необходимых трудовых ресурсов» 58

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В4 «Качество и доступность трудовых ресурсов» 59

Направление Г "Поддержка малого предпринимательства" 61

Фактор Г1 «Уровень развития малого предпринимательства в субъекте РФ» 61

Показатель Г1.1 «Количество субъектов малого предпринимательства на 1 тыс. человек населения» 61

Показатель Г1.2 «Доля численности работников малого предпринимательства в общей численности занятого населении» 62

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г1 «Уровень развития малого предпринимательства в субъекте РФ» 62

Фактор Г2 «Качество организационной, инфраструктурной и информационной поддержки малого предпринимательства» 63

Показатель Г2.1 «Доля рабочих мест в бизнес-инкубаторах и технопарках в общем числе занятых на малых предприятиях» 63

Показатель Г2.2 «Информационный портал по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства» 64

Показатель Г2.4 «Оценка удовлетворенности получения консультационных и образовательных услуг, оказываемых организациями инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в регионе» 65

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г2 «Качество организационной, инфраструктурной и информационной поддержки малого предпринимательства» 66

Фактор Г3 «Эффективность нефинансовой поддержки малого предпринимательства» 68

Показатель Г3.1 «Оценка необходимой для ведения бизнеса недвижимости» .68

Показатель Г3.2 «Доля государственных и муниципальных контрактов с субъектами малого бизнеса в общей стоимости государственных и муниципальных контрактов» 69

Показатель Г3.3 «Оценка процедур получения арендных площадей, предоставляемых регионом субъектам малого предпринимательства» 70

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г3 «Эффективность нефинансовой поддержки малого предпринимательства» 70

Фактор Г4 «Эффективность финансовой поддержки малого предпринимательства» 72

Г4.1 «Удовлетворенность субъектов малого предпринимательства доступностью кредитных ресурсов в субъекте Российской Федерации» 72

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г4 «Эффективность финансовой поддержки малого предпринимательства» 73

Лучшие практики, отмеченные регионами-лидерами в рамках сессии Петербургского международного экономического форума.....74

Тюменская область.....74

Республика Татарстан 77

Ульяновская область 80

Белгородская область.....82

Санкт-Петербург.....85

Введение

Одной из важнейших задач, решаемых с целью повышения конкурентоспособности Российской Федерации на мировой арене, является создание благоприятных условий для улучшения инвестиционной привлекательности регионов, построение целостной системы, направленной на улучшение инвестиционного климата, обеспечение притока инвестиций и распространение лучших практик, наработанных в регионах.

Элементами системы повышения инвестиционной привлекательности становятся соблюдение Стандарта деятельности органов исполнительной власти по обеспечению благоприятного инвестиционного климата, составление Национального рейтинга состояния инвестиционного климата регионов РФ, выявление по результатам рейтинга и распространение лучших практик при помощи тиражирования и проведения обучающих мероприятий, а также реализация Целевых моделей упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации.

Оценка показателей и динамика роста инвестиционной привлекательности производится по нескольким направлениям (А, Б, В, Г), в свою очередь включающим оценку входящих в них факторов (Б1, Б2, Б3, В3, Г3 …) по определенным показателям (например, Б1.1, Б3.1 и пр.). Необходимо отметить, что регионы самостоятельно могут намного лучше понять свои проблемные точки и выделить необходимые для улучшения мероприятия по всем показателям, по которым выявление лучших практик является целесообразным. Для облегчения задачи регионам был составлен сборник лучших практик. По результатам рейтинга проведен анализ на основании собственного значения региона и динамики изменения значения показателя с 2017 до 2018 года. Регионы, в которых одновременно наблюдается и высокое значение показателя, и значимая динамика, отмечены как возможные носители лучшей практики.

По результатам ранее составленных рейтингов инвестиционной привлекательности можно выделить три фактора по двум направлениям из системы показателей рейтинга, динамика изменения которых в целом по стране была недостаточно высока, однако некоторые регионы продемонстрировали по ним ощутимый рост.

Так, по фактору В4 «В4 Качество и доступность трудовых ресурсов» динамика по Российской Федерации составила -0,8 балла, по фактору В1 «Качество и доступность инфраструктуры» – -0,1 балла, а по фактору Г1 «Уровень развития МСП» – -1,5 балла.

Несмотря на наличие целевых моделей, регионами-лидерами были проведены самообследования с целью выявления положительных изменений, в том числе по перечисленным выше факторам. Далее рассмотрены меры, предпринятые регионами для улучшения ситуации по отдельным направлениям рейтинга. Более того, практики, которые

выявлены по результатам этих исследований могут не являться уникальными, а уже быть реализованными в одних регионах, однако для других они могут быть интересны и полезны. Приоритизация внедрения и распределение связанных с этим ресурсов должны выбираться регионами при взаимодействии с носителями практики.

Направление А «Регуляторная среда»

Направление А оценивает эффективность оказания различных государственных услуг для бизнеса: время реализации услуги, количество необходимых процедур и удовлетворенность этими процедурами. В данное направление входят 5 факторов: А1 «Эффективность процедур регистрации предприятий», А2 «Эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство», А3 «Эффективность процедур по регистрации прав собственности», А4 «Эффективность процедур по выдаче лицензий» и А5 «Эффективность процедур по подключению электроэнергии». Средняя оценка направления А в 2018 году возросла на 4,5 балла.

Фактор А1 «Эффективность процедур регистрации предприятий»

Средний рост фактора А1 составляет 0,6 балла по оценке динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 51 региона динамика изменения фактора положительная, у 34 – отрицательная. Респондентами, ответы которых участвуют в расчете показателей, входящих в данный фактор, являются юридические лица, которые проходили регистрацию в течении последних 12 месяцев.

Показатель А1.1 «Среднее время регистрации юридических лиц»

Показатель А1.1 – это среднее количество рабочих дней от начала первой процедуры по регистрации юридического лица до завершения последней процедуры, непосредственно связанной с регистрацией юридического лица для одного респондента, исключая время ожидания по инициативе заявителя и/или из-за непредоставления полного пакета документов, необходимых для проведения процедуры.

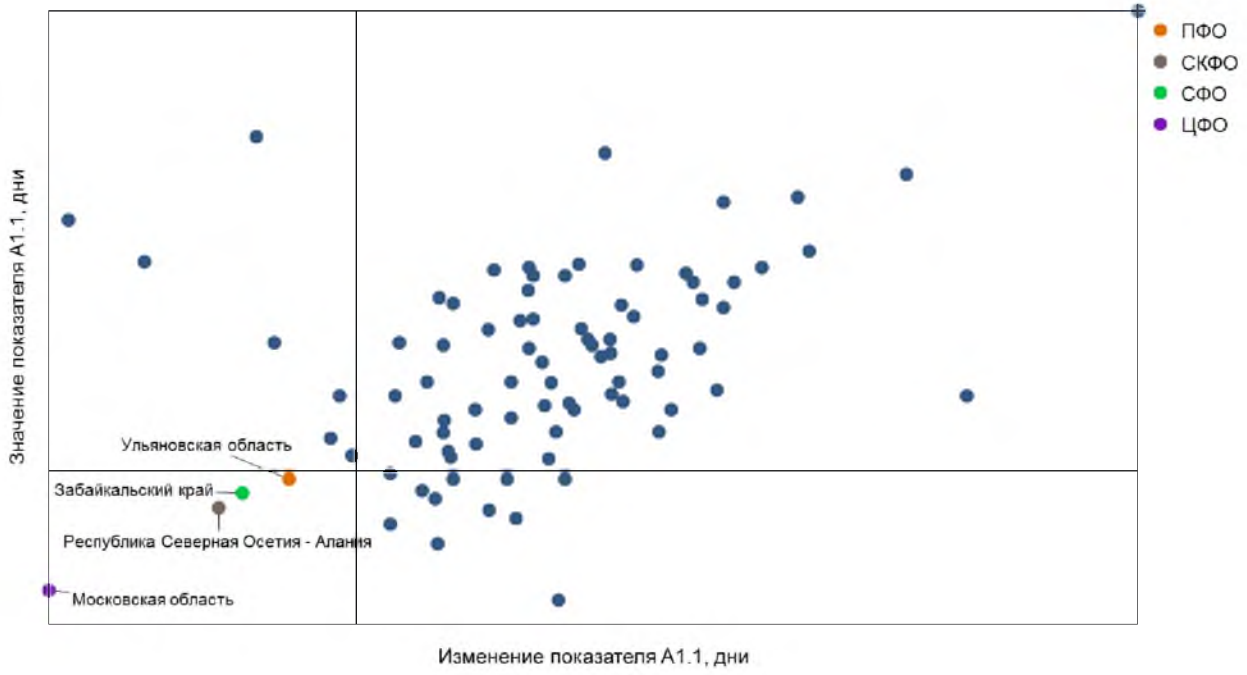


Рисунок 1 Анализ показателя А1.1 «Среднее время регистрации юридических лиц»

Регионы с наименьшей продолжительностью времени регистрации юридических лиц, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение сроков по сравнению с предыдущим периодом, это: Московская область, Республика Северная Осетия – Алания, Забайкальский край и Ульяновская область.

Показатель А1.2 «Среднее количество процедур, необходимых для регистрации юридических лиц»

Показатель А1.2 представляет собой количество всех процедур, обязательных к выполнению до, во время и после регистрации юридического лица, и непосредственно связанных с регистрацией юридического лица для всех респондентов. Процедурой считается любое взаимодействие хозяйствующего субъекта с внешними контрагентами, включая органы государственной власти, с целью получения документа, разрешения, заключения, подписи или иного результата, необходимого для законного функционирования бизнеса субъекта. Взаимодействия с разными отделами одной организации считаются отдельными процедурами.

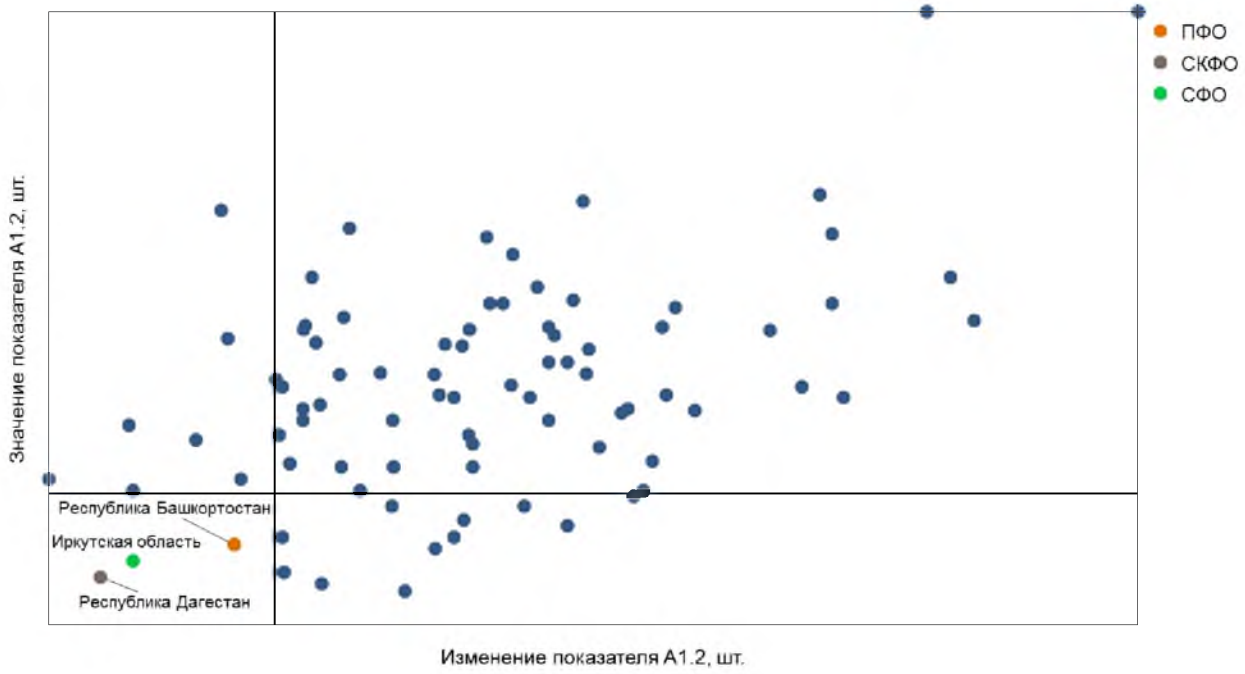


Рисунок 2 Анализ показателя А1.2 «Среднее количество процедур, необходимых для регистрации юридических лиц»

Регионы с наименьшим количеством процедур, необходимых для регистрации юридических лиц, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение количества процедур по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Дагестан, Иркутская область и Республика Башкортостан.

Показатель А1.3 «Удовлетворенность деятельностью по регистрации юридических

лиц»

Показатель А1.3 оценивается как средний балл оценки всех респондентов по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) скорость регистрации,

2) стоимость регистрации,

3) количество мест осуществления регистрации в населенном пункте,

4) необходимость предоставления не предусмотренных законодательством документов,

5) профессионализм сотрудников регистрирующих органов,

6) возможность оформления процедуры регистрации (или ее этапов) через Интернет.

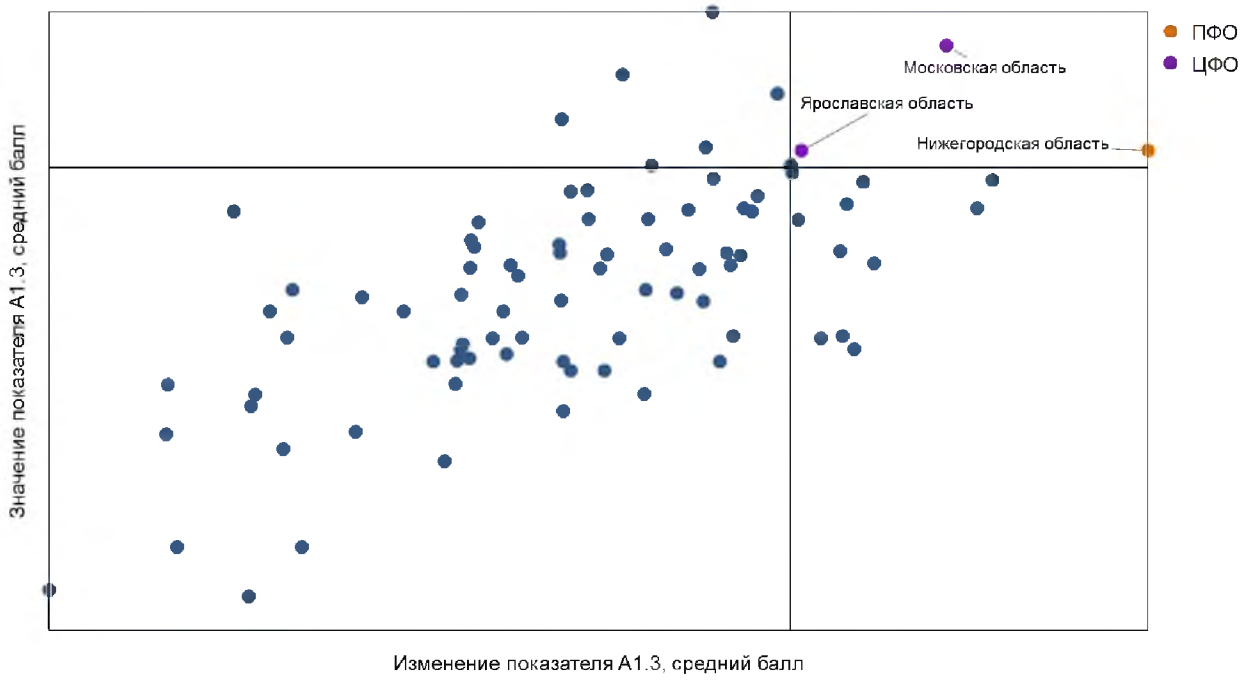


Рисунок 3 Анализ показателя А1.3 «Удовлетворенность деятельностью по регистрации юридических лиц»

Регионы с наибольшим уровнем удовлетворенности деятельностью регистрации юридических лиц, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост удовлетворенности по сравнению с предыдущим периодом, это: Московская область, Ярославская область и Нижегородская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А1 «Эффективность процедур регистрации предприятий»

Регионы отмечают, что важно уделять внимание повышению знаний предпринимателей о возможности упрощения прохождения процедур регистрации

предприятий. К примерам мероприятий, направленных на это, можно отнести, например, такие как:

1) Подготовка информационных буклетов с исчерпывающим перечнем процедур по государственной регистрации бизнеса;

2) Работа с потенциальными и действующими предпринимателями в формате семинаров, «круглых столов», «дней открытых дверей» и личных встреч: семинары с представителями начинающего бизнеса с привлечением заинтересованных государственных органов, на которых в том числе разъясняют слушателям преимущества взаимодействия субъектов бизнес-сообщества с налоговыми органами посредством интерактивных сервисов ФНС России, рассказывают о мерах государственной поддержки бизнеса, проведении бесплатных обучающих семинаров;

3) Популяризация электронных сервисов Управлений ФНС России через имеющиеся региональные каналы информации (СМИ, деловые сообщества, сайты органов власти, социальная реклама), а также информирование налоговыми органами через телекоммуникационные каналы связи, с помощью которых организации предоставляют налоговую отчетность, о преимуществах подачи документов на государственную регистрацию в электронном виде;

4) Проведение сотрудниками налоговых органов на постоянной основе в рамках общероссийской акции «Дни финансовой грамотности» «открытых уроков» для учащихся средних и высших учебных заведений на тему «Налоги». В ходе лекций школьникам, в том числе, рассказывается о преимуществах подачи документов для регистрации субъектов предпринимательства, а также получения выписок из ЕГРЮЛ, ЕГРИП, посредством электронных сервисов, размещённых на официальном сайте ФНС России;

5) Проведение консультаций по открытию и закрытию компаний;

6) Распространение примеров заполнения заявлений на государственную регистрацию с разъяснениями с целью снижения отказов. Оборудование информационных стендов, гостевых компьютеров;

7) Сокращение сроков открытия расчетных счетов для МСП посредствам встреч Правительства региона с руководителями ведущих кредитных учреждений.

Региональные органы Федеральной налоговой службы также проводят мероприятия, направленные на повышение эффективности процедур регистрации юридических лиц и повышение удовлетворенности бизнеса процедурой:

1) Обучение сотрудников Управлений ФНС клиентоориентированности и ежеквартальные обучающие семинары, обзоры с детальным рассмотрением ошибок, допущенных заявителями и сотрудниками, принимающими документы на регистрацию;

2) Внесение изменений в соглашение о взаимодействии между Управлениями ФНС региона и МФЦ в целях сокращения сроков передачи пакетов документов при организации предоставления государственных услуги по регистрации юридических лиц, ИП и фермерских хозяйств посредством внедрения электронного взаимодействия;

3) Осуществление государственной регистрации через любое отделение МФЦ и организация работы по предварительной проверке документов;

4) Установка терминалов для оплаты государственной пошлины во всех МФЦ и Управлениях ФНС;

5) Обеспечение возможности заявителю при направлении документов в ФНС для регистрации в МФЦ одновременно выбрать варианты банковского обслуживания с последующим направлением пакета документов в выбранный заявителем банк;

6) Доработка «Личного кабинета налогоплательщика» и запуск на сайте ФНС сервиса, позволяющего подготовить комплект документов для создания общества с ограниченной ответственностью;

7) Проведение совместного заседания рабочей группы и УФНС с целью снижения барьеров в части регистрации предприятий.

Важным этапом является и получение обратной связи от заявителей для выявления проблемных мест. Для этого в ряде регионов проводятся опросы заявителей на тему удовлетворенности качеством государственных услуг по регистрации юридических и физических лиц в качестве ИП.

Фактор А2 «Эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство»

Среднее изменение фактора А2 составило 1,0 балл по оценке динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 50 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 35 – отрицательная. Респондентами, ответы которых участвуют в расчете показателей, входящих в данный фактор, являются компании, получавшие в последние 12 месяцев разрешение на строительство многоэтажного жилого здания выше четырех этажей.

Показатель А2.1 «Среднее время получения разрешений на строительство»

Показатель А2.1 оценивает среднее количество рабочих дней от запроса на получение градостроительного плана земельного участка до получения разрешения на строительство, исключая время ожидания по инициативе заявителя и/или из-за непредставления полного пакета документов, необходимых для проведения процедуры.

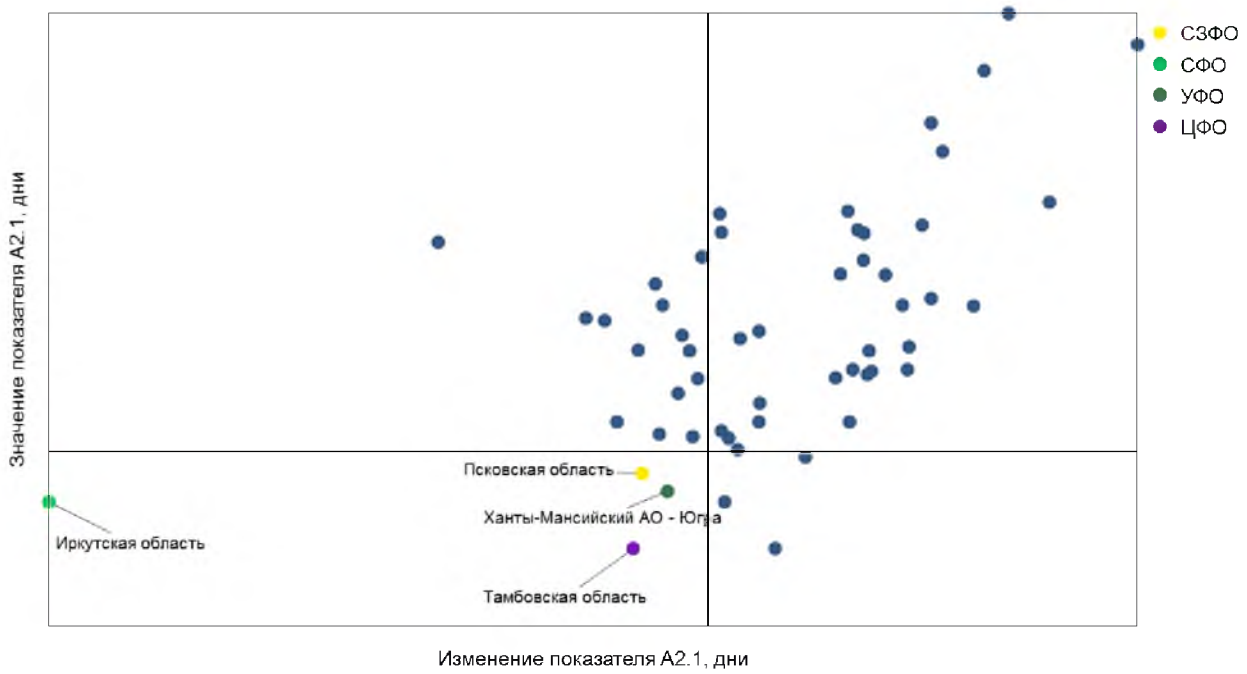


Рисунок 4 Анализ показателя А2.1 «Среднее время получения разрешений на строительство»

Регионы с наименьшей продолжительностью времени получения разрешения на строительства, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение сроков по сравнению с предыдущим периодом, это: Иркутская область, Тамбовская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра и Псковская область.

Показатель А2.2 «Среднее количество процедур, необходимых для получения разрешений на строительство»

Среднее количество процедур для получения разрешений на строительство – это количество любых обязательных или обычно происходящих процедур с целью получения разрешения на строительство от запроса на получение градостроительного плана земельного участка до получения разрешения на строительство. Процедурой считается любое взаимодействие хозяйствующего субъекта с внешними контрагентами, включая органы государственной власти, с целью получения документа, разрешения, заключения, печати, подписи или иного результата, необходимого для законного функционирования бизнеса субъекта. Взаимодействия с разными отделами одной организации считаются отдельными процедурами.

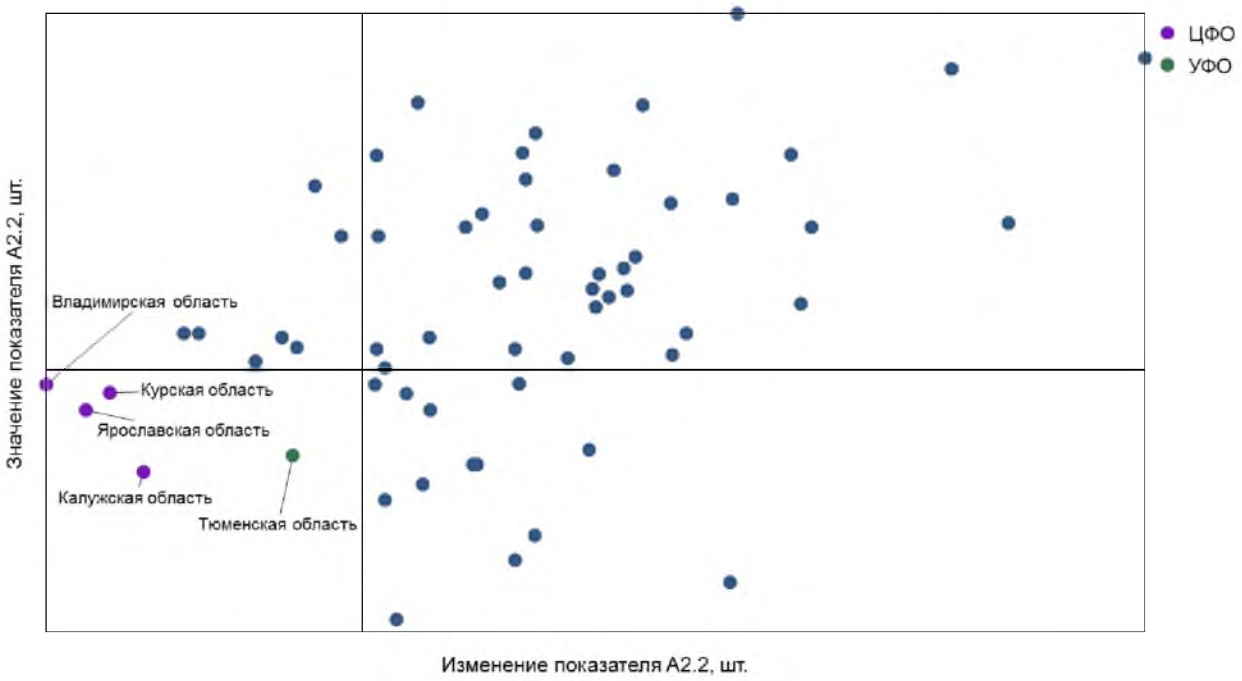


Рисунок 5 Анализ показателя А2.2 «Среднее количество процедур, необходимых для получения разрешений на строительство»

Регионы с наименьшим количеством процедур, необходимых для получения разрешения на строительство, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение количества процедур по сравнению с предыдущим периодом, это: Владимирская область, Ярославская область, Курская область, Калужская область и Тюменская область.

Показатель А2.3 «Удовлетворенность деятельностью государственных и муниципальных органов, уполномоченных на выдачу разрешений на строительство»

Показатель А2.3 оценивается как средний балл оценки всех респондентов по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) скорость выдачи разрешений,
2) стоимость получения разрешений,
3) необходимость предоставления не предусмотренных законодательством документов,
4) профессионализм сотрудников органов выдачи разрешений.

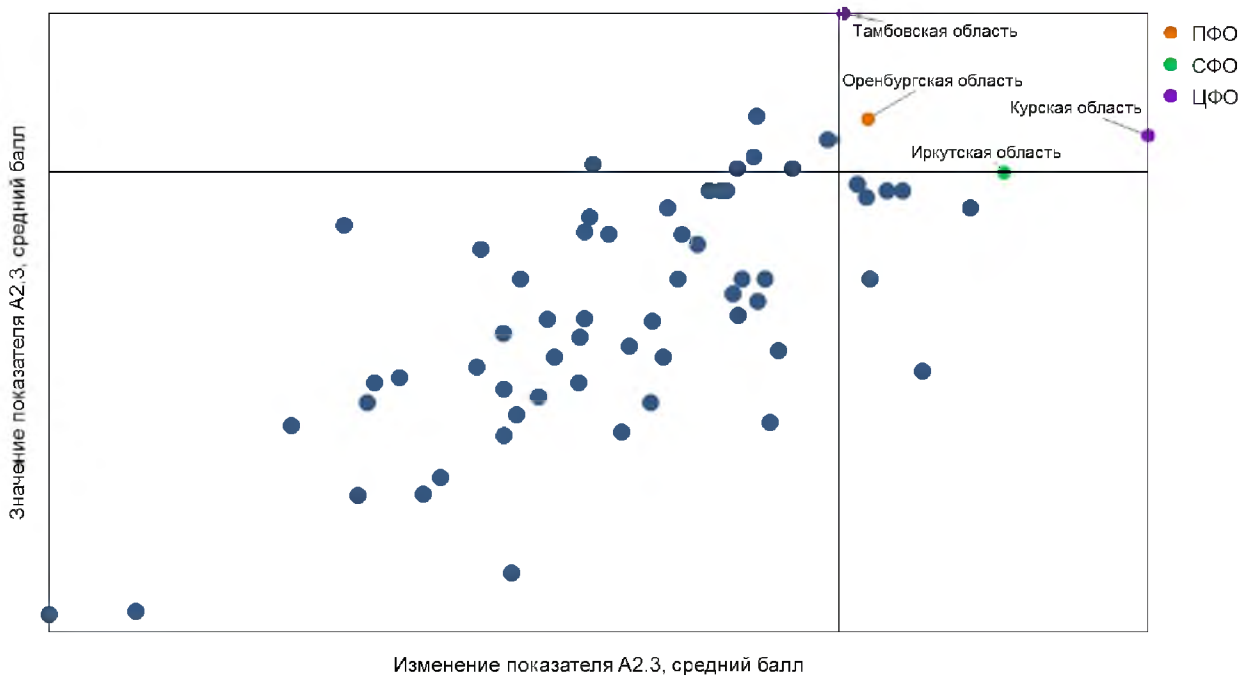


Рисунок 6 Анализ показателя А2.3 «Удовлетворенность деятельностью государственных и муниципальных органов, уполномоченных на выдачу разрешений на строительство»

Регионы с наибольшим уровнем удовлетворенности деятельностью государственных и муниципальных органов, уполномоченных на выдачу разрешений на строительство, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост удовлетворенности по сравнению с предыдущим периодом, это: Курская область, Иркутская область, Оренбургская область и Тамбовская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А2 «Эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство»

Высокой важностью обладает работа с участниками процесса выдачи разрешений на строительство на всех этапах. Регионы отметили такие инструменты повышения общей эффективности, как:

– обеспечение возможности параллельного прохождения процедур «Выдачи ГПЗУ» и «Заключения договоров технологического подключения»;

– внедрение типовых регламентов, направленных на установление единых стандартов оказания услуг в сфере строительства;

– внедрение практики регулярных встреч с сетевыми организациями в форматах дискуссионного общения и заседаний рабочей группы, в том числе выездных;

– изменение структуры департаментов градостроительства и архитектуры, а также земельных отношений с целью исключения дублирующих функций и обеспечения адресной работы;

– обеспечение систематического еженедельного контроля первого заместителя главы администрации за просроченными документами;

– создание и обеспечение функционирования «контактного центра» на базе департамента строительства и транспорта региона;

– сокращение сроков процедур и увеличение доли полученных разрешающих документов с помощью МФЦ.

Значительному повышению эффективности процессов и процедур способствует оптимизация получения услуг в электронном виде, включая:

– доработку Портала услуг региона, путем создания файлового хранилища, обеспечивающего возможность загрузки пакетов документов размером более 5 Мб в рамках приема заявлений в электронном виде;

– перевод большей части процедур сферы строительства, включая государственную экспертизу проектной документации и результатов инженерных изысканий, выдачу разрешений на строительство и на ввод объектов капитального строительства в эксплуатацию исключительно в электронный вид;

– организацию рабочих встреч для сотрудников органов местного самоуправления, разъясняющих порядок предоставления услуг в сфере строительства в электронной форме, посредством информационных систем и порталов;

– создание региональной ИСОГД, интегрированной с Порталом услуг региона, и позволяющей предоставлять услуги в электронном виде, осуществлять межведомственное и межуровневое взаимодействие.

Неотъемлемой частью повышения эффективности является информационная поддержка, а именно:

– проведение обучающих семинаров, своевременное информирование застройщиков о количестве и сроках процедур в сфере строительства, их изменении и мероприятиях по оптимизации;

– размещение инфографики последовательности прохождения процедур строительства объекта жилищного строительства на официальных сайтах органов местного самоуправления;

– создание ресурса, содержащего информацию обо всех существующих и проектируемых подземных инженерных коммуникациях и сооружениях;

– размещение на сайте уполномоченных ОИВ баннеров «Опрос по качеству услуг», «Задать вопрос».

Кроме того, регионы считают необходимой разработку:

– правил землепользования и застройки во всех городских округах;

– нормативов градостроительного проектирования для муниципалитетов;

– доработку действующих регламентов в части решений по приостановке процедуры выдачи разрешения на строительство.

Фактор А3 «Эффективность процедур по регистрации прав собственности»

Среднее изменение фактора А3 в 2018 составило 0,7 балла по оценке динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 50 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 35 – отрицательная. Требования к респондентам, которые могут участвовать в опросе по данному показателю, включают в себя такие условия, как полное владение зарегистрированной собственностью, требующей узаконивания; кроме того, объектом регистрации прав должно являться нежилое помещение, используемое по назначению, а на момент подачи заявления объект регистрации права собственности не должен был подвергаться перестройке, а регистрации права собственности должна быть осуществлена в течение последних 12 месяцев.

Показатель А3.1 «Среднее время регистрации прав собственности юридических лиц и ИП на недвижимое имущество (кроме права собственности на земельный участок)»

Время регистрации права собственности для респондента – это количество рабочих дней от подачи заявления до получения подтверждения внесения соответствующих изменений в Единый государственный реестр недвижимости для одного респондента, исключая время ожидания по инициативе заявителя и/или из-за непредставления полного пакета документов, необходимых для проведения процедуры.

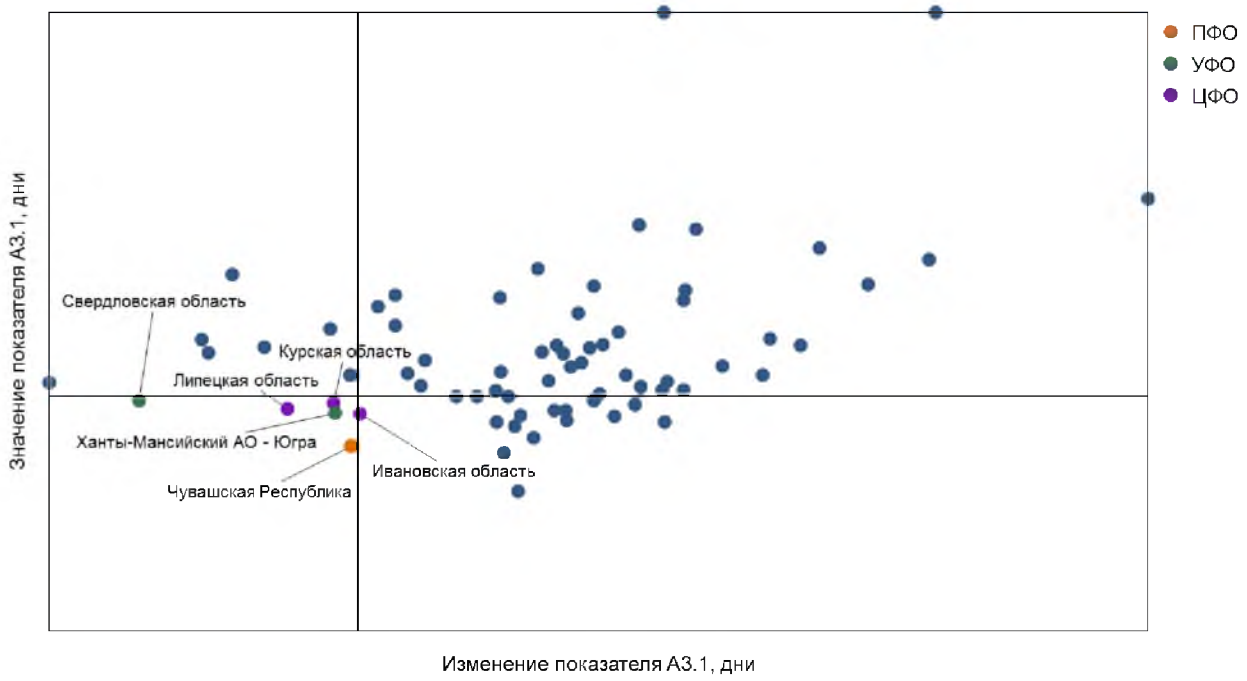


Рисунок 7 Анализ показателя А3.1 «Среднее время регистрации прав собственности юридических лиц и ИП на недвижимое имущество (кроме права собственности на земельный участок)»

Регионы с наименьшей продолжительностью времени регистрации права юридических лиц и ИП на недвижимое имущество, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение сроков по сравнению с предыдущим периодом, это: Свердловская область, Липецкая область, Курская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Чувашская Республика и Ивановская область.

Показатель А3.2 «Среднее количество процедур, необходимых для регистрации права собственности юридических лиц и ИП на недвижимое имущество (кроме права собственности на земельный участок)»

Среднее количество процедур для регистрации права собственности — это количество любых обязательных или обычно происходящих процедур с целью регистрации права собственности для всех респондентов. Процедурой считается любое взаимодействие хозяйствующего субъекта с внешними контрагентами, включая органы государственной власти, с целью получения документа, разрешения, заключения, печати, подписи или иного результата, необходимого для законного функционирования бизнеса субъекта. Взаимодействия с разными отделами одной организации считаются отдельными взаимодействиями.

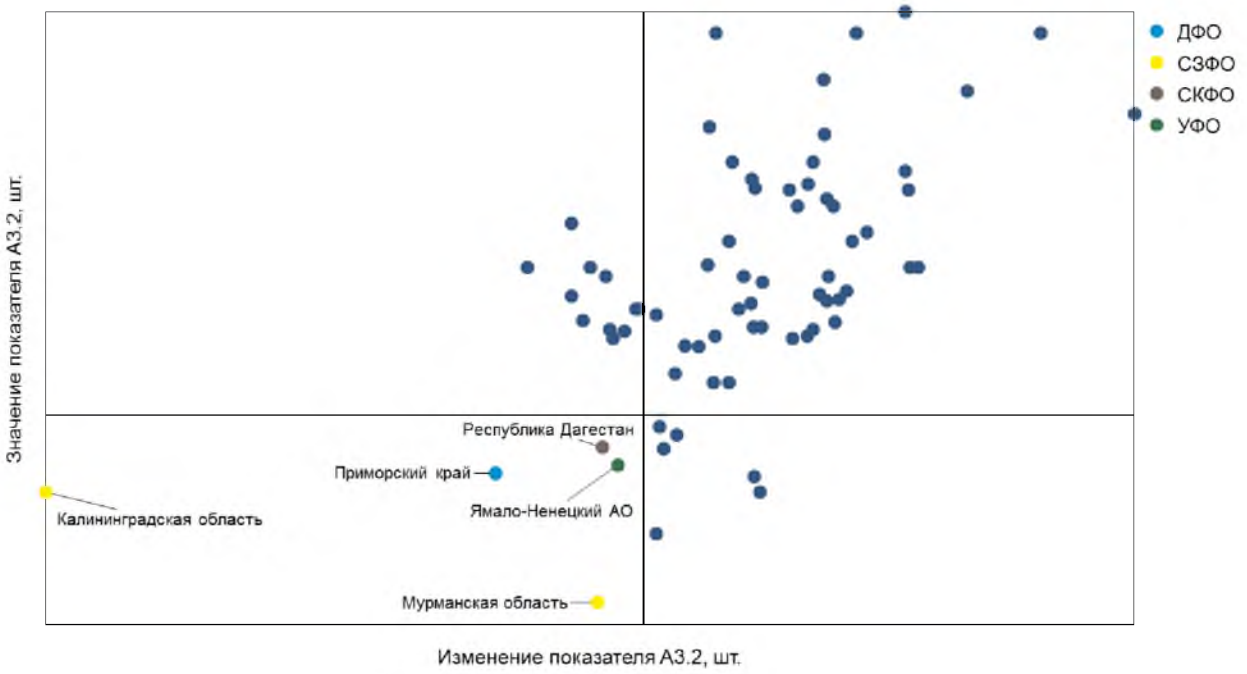


Рисунок 8 Анализ показателя А3.2 «Среднее количество процедур, необходимых для регистрации права собственности юридических лиц и ИП на недвижимое имущество (кроме права собственности на земельный участок)»

Регионы с наименьшим количеством процедур, необходимых для регистрации права юридических лиц и ИП на недвижимое имущество, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение количества процедур по сравнению с предыдущим периодом, это: Калининградская область, Приморский край, Республика Дагестан, Мурманская область и Ямало-Ненецкий автономный округ.

Показатель А3.3 «Удовлетворенность деятельностью по Государственной регистрации прав юридических лиц и ИП на недвижимое имущество и сделок с ним»

Показатель А3.3 оценивается как средний балл оценки респондентов по следующим критериям:

1) скорость регистрации;
2) количество мест, осуществляющих прием документов на процедуру государственной регистрации прав;
3) необходимость предоставления не предусмотренных законодательством документов;
4) профессионализм сотрудников, работающих в местах приема документов;
5) возможность оформления процедуры регистрации (или ее этапов) через Интернет.

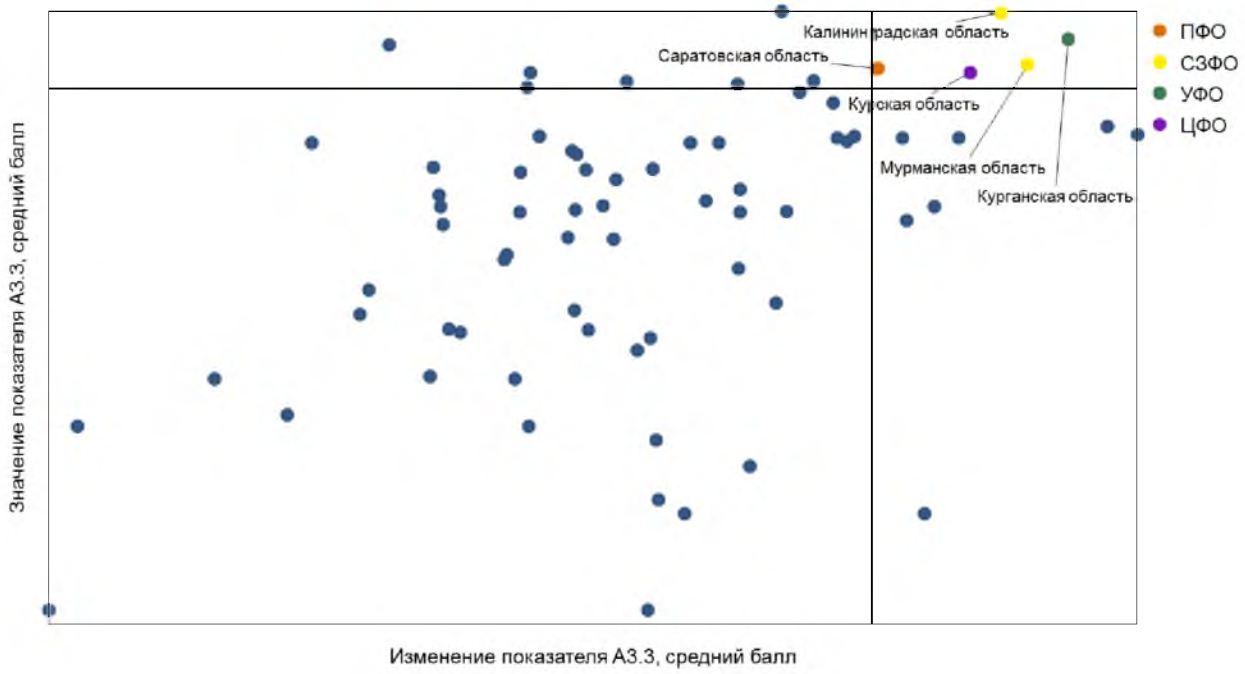


Рисунок 9 Анализ показателя А3.3 «Удовлетворенность деятельностью по Государственной регистрации прав юридических лиц и ИП на недвижимое имущество и сделок с ним»

Регионы с наибольшим уровнем удовлетворенностью деятельностью регистрации прав юридических лиц и ИП на недвижимое имущество, которые одновременно

продемонстрировали наибольший рост удовлетворенности по сравнению с предыдущим периодом, это: Курганская область, Мурманская область, Калининградская область, Курская область и Саратовская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А3 «Эффективность процедур по регистрации прав собственности»

С целью повышения эффективности процедур, связанных с регистрацией прав собственности, необходимостью являются такие мероприятия, как:

– систематическая популяризация предоставления государственных услуг Росреестра в электронном виде;

– размещение на сайте материалов с описанием предоставляемых Росреестром электронных услуг и сервисов;

– повышение информированности заявителей посредством СМИ, «горячих линий» и пр.;

– обеспечение возможности реализации комплексной услуги по выдаче разрешения на ввод в эксплуатацию, получения адреса, постановки на учет и регистрация права собственности;

– регистрация прав собственности в рамках соглашения между МФЦ и Росреестром.

Повышение эффективности связано и с квалификацией сотрудников МФЦ. Необходимыми мероприятиями для повышения квалификации являются:

– систематический анализ приостановлений и отказов, выявление типовых ошибок сотрудников МФЦ;

– еженедельные обучающие курсы сотрудников с детальным рассмотрением возникающих ошибок.

Кроме того, на повышении эффективности могут положительно сказаться:

– возможность предварительной проверки качества подготовки технических планов участков и сооружений;

– обеспечение межведомственного электронного взаимодействия;

– принятие НПА по сокращению сроков по отдельным регистрационным действиям;

– мониторинг работы органов местного самоуправления в региональной СМЭВ;

– проведение совещаний и рабочих встреч с представителями нотариальной палаты, банков, крупными правообладателями и застройщиками;

– улучшение взаимодействия с органами государственной власти и МФЦ, с целью повышения качества поступающих пакетов документов.

Фактор А4 «Эффективность процедур по выдаче лицензий»

Среднее значение фактора А4 не изменилось на основании оценки динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 36 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 49 – отрицательная. Респондентами, ответы которых участвуют в расчете показателей, входящих в данный фактор, могут быть индивидуальные предприниматели или юридические лица, оказывающие медицинские услуги, требующие лицензирования (например, стоматологический кабинет, поликлиника и т.п.), или оказывающие требующие лицензирования услуги по перевозке пассажиров. Лицензия должна быть получена в течение последних 12 месяцев.

Показатель А4.1 «Удовлетворенность деятельностью по лицензированию отдельных видов предпринимательской деятельности»

Показатель А4.1 оценивает удовлетворенность бизнеса деятельностью по лицензированию медицинской деятельности и деятельности по перевозкам пассажиров автомобильным транспортом, оборудованным для перевозки более 8 пассажиров. Показатель оценивается как средний балл оценки респондентов по критериям:

1) скорость выдачи лицензий;

2) количество мест выдачи лицензий в регионе;

3) необходимость предоставления не предусмотренных законами документов;

4) профессионализм сотрудников органов выдачи лицензий;

5) возможность получения лицензии через Интернет.

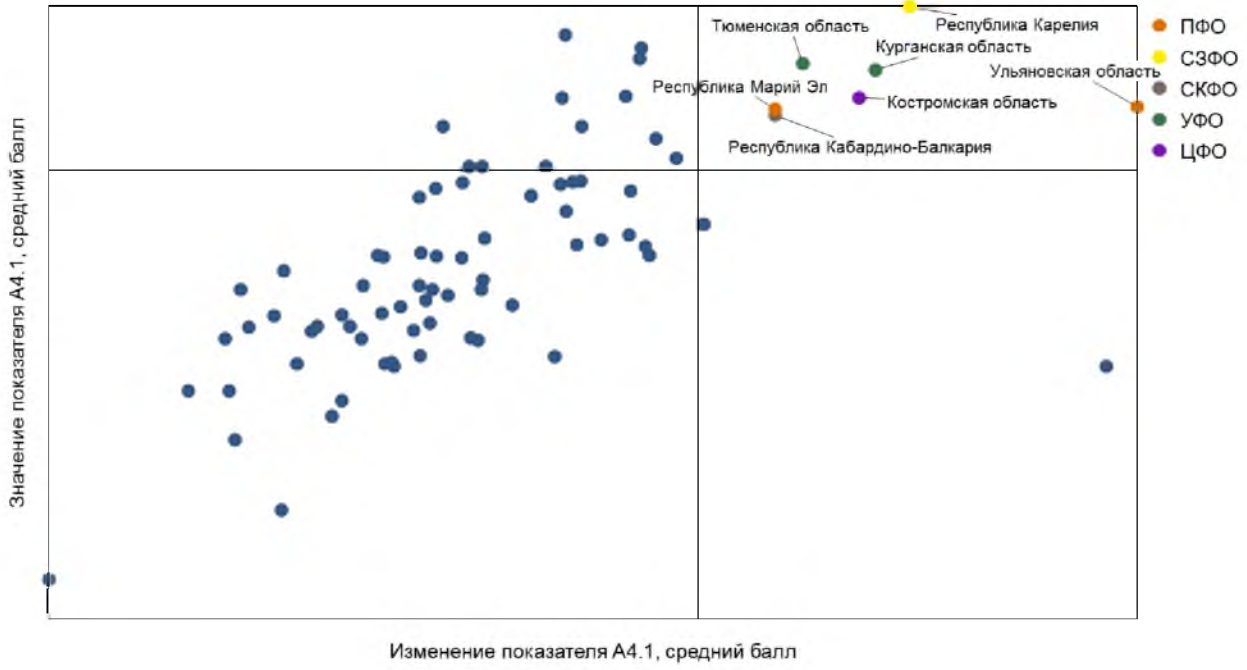


Рисунок 10 Анализ показателя А4.1 «Удовлетворенность деятельностью по лицензированию отдельных видов предпринимательской деятельности»

Регионы с наибольшим уровнем удовлетворенности деятельностью по лицензированию отдельных видов предпринимательской деятельности, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост удовлетворенности по сравнению с предыдущим периодом, это: Ульяновская область, Республика Карелия, Курганская область, Костромская область, Тюменская область, Республика Марий Эл и Республика Кабардино-Балкария.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А4 «Эффективность процедур по выдаче лицензий»

Для повышения эффективности процедур лицензирования регионы рекомендуют сокращение списка лиц, осуществляющих сопровождение и работу с пакетом лицензионных документов, а также разработку алгоритма подачи документов для лицензирования с предварительным приемом заявлений по электронной почте. Дополнительно необходимо обучение сотрудников отдела лицензирования для повышения их уровня профессионализма.

Важной составляющей является повышение информированности и получение обратной связи. Для повышения информированности целесообразно проведение семинаров и консультаций для соискателей лицензии, а также организация горячей линии по вопросам лицензирования. Для получения обратной связи возможно проведение анкетирования лицензиатов с последующим принятием необходимых мер.

Фактор А5 «Эффективность процедур по подключению электроэнергии»

Среднее изменение фактора А5 составило 2,2 балла по оценке динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 58 регионов динамика изменения фактора положительная, у 27 – отрицательная. Респондентами, оценивающими показатели данного фактора, могут быть юридические лица или индивидуальные предприниматели, впервые за последние 12 месяцев подключавшие к электросетям рассматриваемый объект, расположенный вне архитектурного (исторического) центра и вне охраняемой зоны, с мощностью линии от 15 до 150 кВт.

Показатель А5.1 «Среднее время подключения к электросетям»

Время подключения к электросетям — это количество рабочих дней от подачи заявки на подключение к электросетям до заключения договора на поставку электроэнергии для одного респондента, исключая время ожидания по инициативе заявителя и/или из-за непредставления полного пакета документов, необходимых для проведения процедуры.

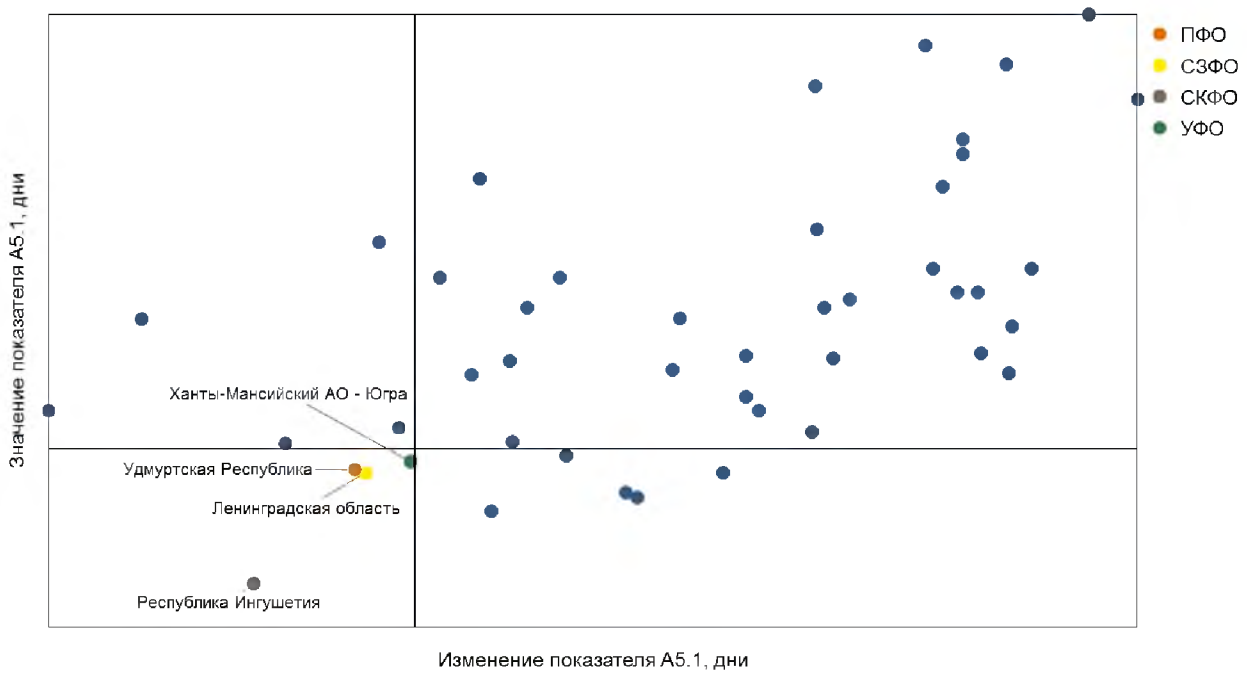


Рисунок 11 Анализ показателя А5.1 «Среднее время подключения к электросетям»

Регионы с наименьшей продолжительностью времени подключения к электросетям, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение сроков по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Ингушетия, Удмуртская Республика, Ленинградская область и Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

Показатель А5.2 «Среднее количество процедур при подключении к электросетям»

Среднее количество процедур для подключения к электросетям – это количество любых обязательных или обычно происходящих процедур с целью подключения к электросетям от подачи заявки на подключение к электросетям до заключения договора на поставку электроэнергии. Процедурой считается любое взаимодействие хозяйствующего субъекта с внешними контрагентами, включая органы государственной власти, с целью получения документа, разрешения, заключения, печати, подписи или иного результата, необходимого для законного функционирования бизнеса субъекта.

Регионы с наименьшим количеством процедур, необходимых при подключении к электросетям, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение количества процедур по сравнению с предыдущим периодом, это: Липецкая область, Воронежская область, Республика Карелия и Ульяновская область.

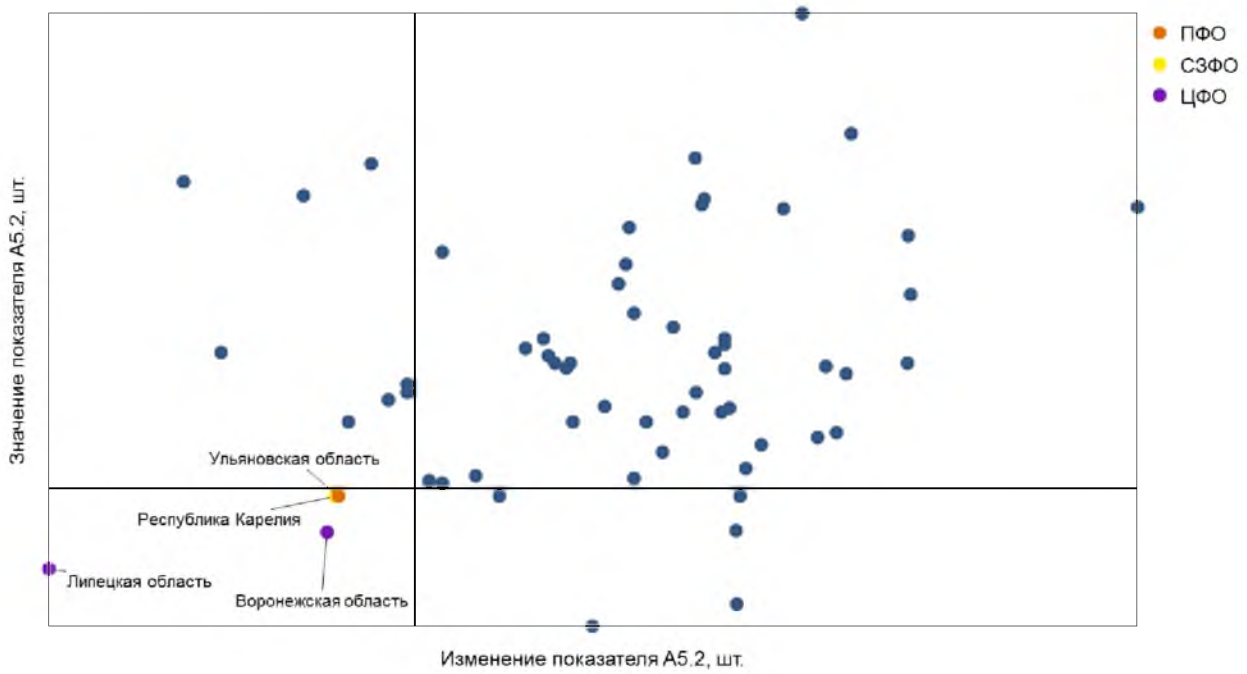


Рисунок 12 Анализ показателя А5.2 «Среднее количество процедур при подключении к электросетям»

Показатель А5.3 «Удовлетворенность эффективностью процедур по подключению к электросетям»

Показатель А5.3 оценивается как средний балл оценки всех респондентов по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) скорость подключения;
2) стоимость подключения;
3) достаточность мощностей у сетевой компании;
4) необходимость предоставления не предусмотренных законодательством документов для подключения;
5) профессионализм сотрудников органов ответственных за подключение к электросетям;
6) возможность оформления процедуры подключения электроэнергии (или ее этапов) через Интернет.

Регионы с наибольшим уровнем удовлетворенностью эффективностью процедур по подключению к электросетям, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост удовлетворенности по сравнению с предыдущим периодом, это: Севастополь, Орловская область и Липецкая область.

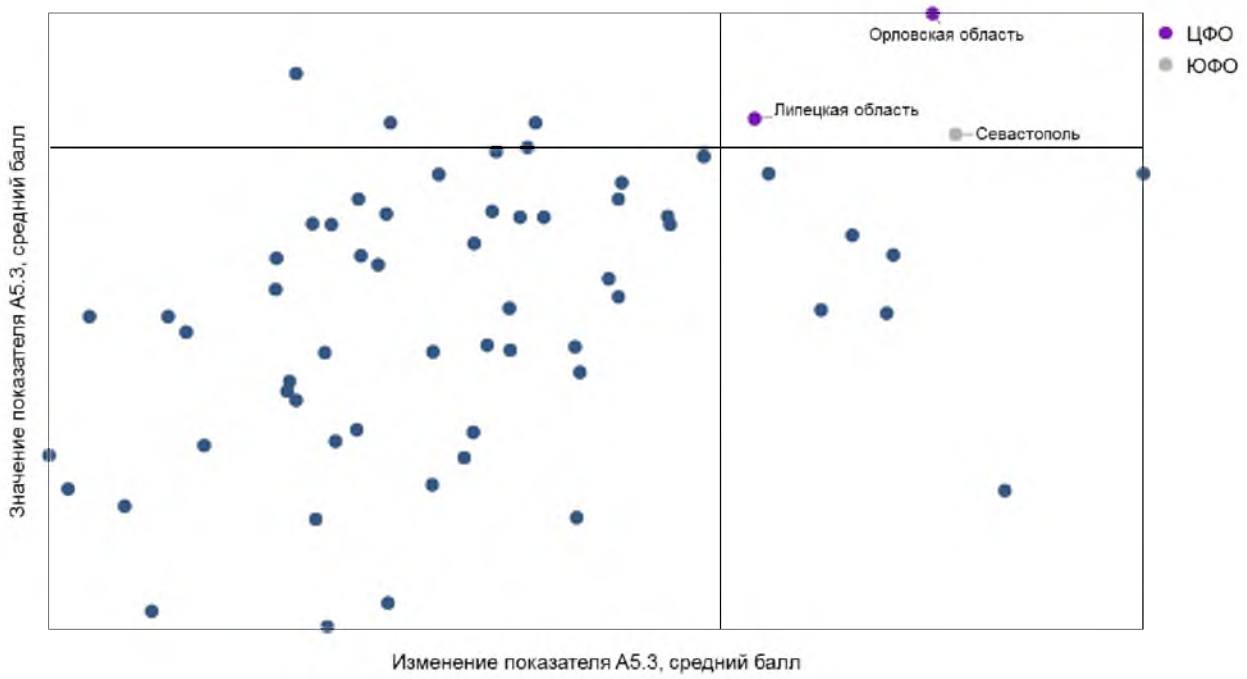


Рисунок 13 Анализ показателя А5.3 «Удовлетворенность эффективностью процедур по подключению к электросетям»

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора А5 «Эффективность процедур по подключению электроэнергии»

Для повышения эффективности и упрощения процедуры по подключению к электросетям необходимо проводить изменение и доработку НПА. Регионы также отмечают возможность отмены необходимости получения разрешения на строительство до 20кВт, актуализацию схем территориального планирования и внедрение процедуры одновременного осмотра и подключения к электричеству.

Благодаря заключению соглашений между сетевыми компаниями и энергоснабжающими организациями составление и выдача заявителям акта об осуществлении технологического присоединения и других документов осуществляется на стадии фактической подачи напряжения заявителю без посещения энергосбытовой организации. Отмечают и реализацию оформления прав на земельный участок для размещения коммуникаций по принципу одного окна.

Важен и перевод услуги в электронный вид: создание «личного кабинет» на сайтах сетевых организаций для подачи заявки на технологическое присоединение, получение и подписание договора и информирования потенциальных заявителей о возможностях, расширение функций в личном кабинете заявителя, например, добавление возможности использования ЭЦП, подачи заявки, реализация калькулятора и обеспечение возможности оплаты договора пластиковой картой.

Направление Б «Институты для бизнеса»

Эффективность институтов для бизнеса оценивает наличие и качество инструментов защиты и улучшения инвестиционной среды. В данное направление входят 4 фактора: Б1 «Эффективность институтов, обеспечивающих защищенность бизнеса», Б2 «Административное давление на бизнес», Б3 «Эффективность работы организационных механизмов поддержки бизнеса» и Б4 «Качество информационной поддержки инвесторов и бизнеса». Средняя оценка направления «Институты для бизнеса» в Национальном рейтинге 2018 года выросла на 7,8 балла, став главным драйвером роста среднего интегрального индекса.

Фактор Б1 «Эффективность институтов, обеспечивающих защищенность бизнеса»

Среднее изменение фактора Б1 составляет 1,7 балла по оценке динамики 85 регионов, участвующего в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах, у 64 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 21 - отрицательная.

Показатель Б1.1. «Наличие и качество регионального законодательства о механизмах защиты и поддержки инвесторов»

Качество регионального законодательства по показателю Б1.1 оценивается экспертами, знакомыми с региональным законодательством о защите прав инвесторов и механизмах поддержки инвестиционной деятельности. Оценка экспертами проводится по таким критериям, как внутренняя согласованность правовых актов и норм, доступность механизма их реализации на практике, полнота регулирования.

Согласно методологии, оценка показателя осуществляется по 4 видам нормативно-правовых актов:

1) НПА по защите прав предпринимателей при осуществлении государственного и муниципального контроля;

2) НПА о механизмах поддержки инвестиционной деятельности;

3) НПА о гарантиях инвесторам;

4) НПА о порядке обращения инвесторов за защитой и помощью.

Каждый из приведенных НПА оценивается по трем критериям:

1) понятность норм и положений НПА;

2) полнота регулирования;

3) качество механизма реализации на практике содержащихся в законодательстве норм защиты и поддержки.

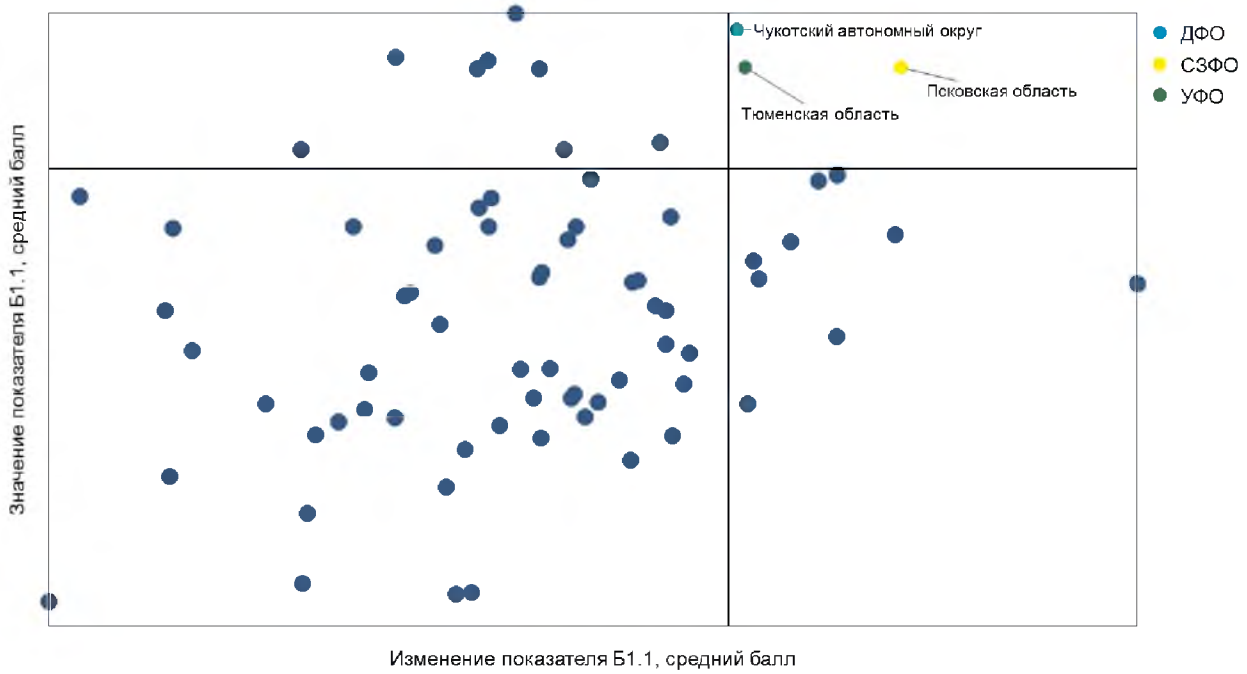


Рисунок 14 Анализ показателя Б1.1 «Наличие и качество регионального законодательства о механизмах защиты и поддержки инвесторов»

Регионы с наивысшей оценкой качества регионального законодательства, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост оценки по сравнению с предыдущим периодом это: Псковская область, Тюменская область и Чукотский автономный округ.

Показатель Б1.2 «Эффективность института оценки регулирующего воздействия в субъекте Российской Федерации»

Данный показатель оценивается экспертной выборкой, которая состоит из экспертов, знакомых с деятельностью института ОРВ в регионе. Критерии эффективности:

1) учет выводов, содержащихся в заключении об ОРВ (обязательный, специальная процедура, иной механизм учета выводов);

2) ОРВ проектов НПА проводится на систематической основе;

3) представители экспертного сообщества и деловых объединений принимают участие в проведении ОРВ проектов НПА;

4) на официальном сайте уполномоченного органа / региональном портале размещаются заключения об ОРВ, информация о проведении публичных консультаций, информация об ОРВ.

Регионы с наивысшей оценкой института ОРВ, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост оценки по сравнению с предыдущим периодом это: Сахалинская область, Новосибирская область, Республика Дагестан, Рязанская область, Волгоградская область и Томская область.

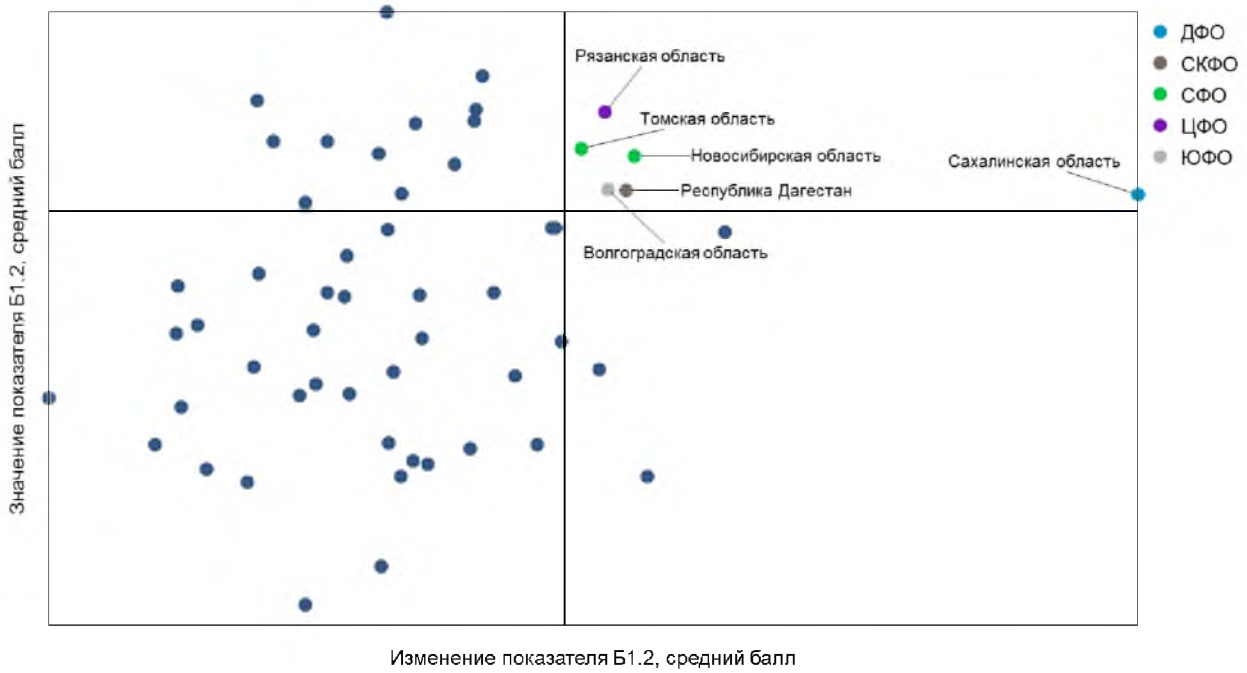


Рисунок 15 Анализ показателя Б1.2 «Эффективность института оценки регулирующего воздействия в субъекте Российской Федерации»

Показатель Б1.3 «Оценка уровня развития механизма государственно-частного партнёрства (ГЧП) в субъекте Российской Федерации»

Регионы с наивысшей оценкой уровня развития механизма государственно-частного партнёрства, которые одновременно продемонстрировали наибольший рост оценки по сравнению с предыдущим периодом это: Пермский край, Свердловская область, Санкт-Петербург, Красноярский край, Тамбовская область и Республика Башкортостан.

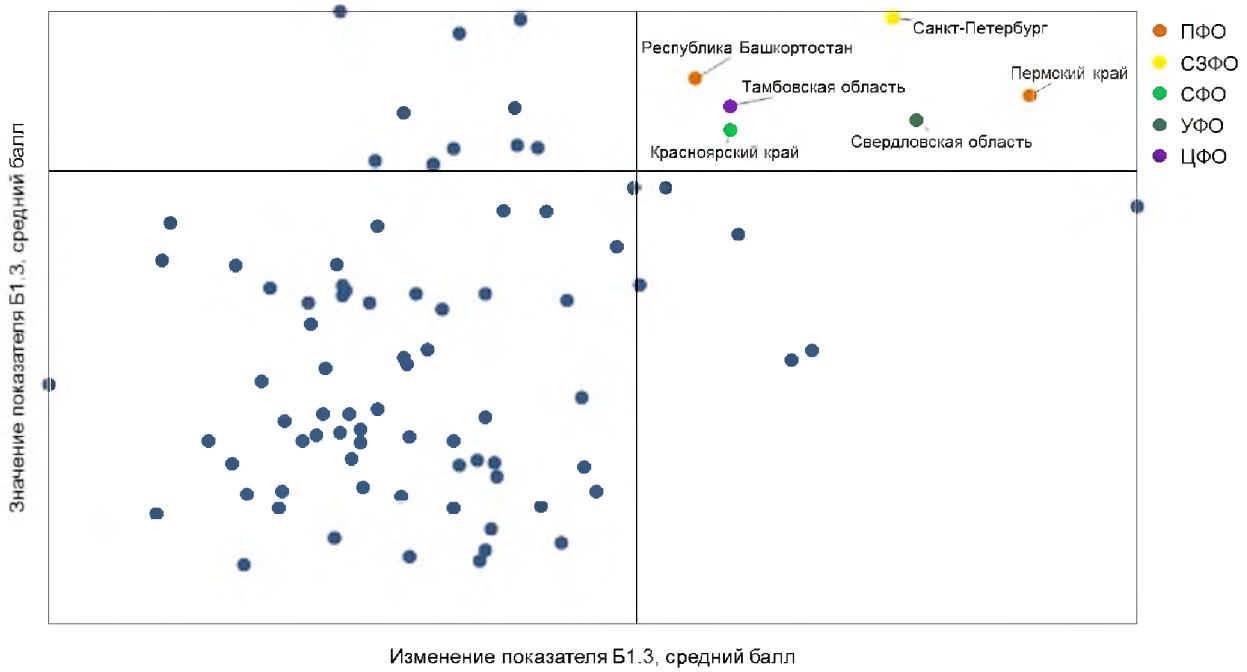


Рисунок 16 Анализ показателя Б1.3 «Оценка уровня развития механизма государственно-частного партнёрства (ГЧП) в субъекте Российской Федерации»

Оценка данного показателя основана на Рейтинге регионов России по уровню развития ГЧП и состоит из оценки трех групп критериев:

1) Развитие институциональной среды субъекта РФ в сфере ГЧП;
2) Нормативно-правовое обеспечение сферы ГЧП в субъекте РФ;
3) Опыт реализации проектов ГЧП в субъекте РФ.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б1 «Эффективность институтов, обеспечивающих защищенность бизнеса»

Защита интересов, решение системных проблем методами мониторинга с последующим информированием органов власти позволяют совершенствовать условия развития отечественного бизнеса. Главным образом предпринимателей волнуют вопросы, связанные с нарушением прав, административными барьерами, повышенным вниманием правоохранительных структур и надзорных органов, коррупцией. Отраслями, в которых чаще всего возникают спорные вопросы, являются торговля, строительство, транспорт, ЖКХ, экология.

Улучшение делового климата, стимулирование предпринимательства, реализация ценных с точки зрения интенсивного экономического развития проектов, снижение рисков для бизнеса и упрощенная процедура вхождения в экономику иностранных инвесторов являются целями инвестиционной политики государства. Этому способствует введение нового типа зон экономического благоприятствования, смягчение требований к объемам капитальных вложений инвесторов, разработка и принятие закона об инвестиционной политике с целью создания системы единого сопровождения инвестиционных проектов по принципу «одного окна», определения процедуры отбора проектов с присвоением статуса «приоритетного».

За этими инвестиционными проектами должны быть закреплены права и обязательства, даны гарантии защиты прав и интересов инвесторов, обеспечены предусмотренные меры государственной поддержки. С этой целью необходимо заключение трехстороннего инвестиционного соглашения.

Кроме того, стимулированию инвестиционной деятельности способствуют:

– сокращение сроков предоставления государственных гарантий под привлекаемые в банках кредиты;
– совершенствование законодательства о поддержке инвесторов с введением норм, гарантирующих, что условия деятельности инвестора не изменятся в худшую сторону;
– внедрение новых льгот для приоритетных инвестиционных проектов;

– разработка и реализация механизма предоставления земельных участков без торгов промышленным паркам, для масштабных проектов, а также под строительство жилья.

Поскольку проведение оценки регулирующего воздействия (ОРВ), представляющей собой процедуру анализа проблем и целей государственного регулирования, направлено на снижение издержек участников предпринимательской и инвестиционной деятельности, экономию бюджетных средств, снижение риска коррупции, то для повышения эффективности бизнеса предлагаются следующие меры:

– принятие нового порядка и новых типовых форм ОРВ с учетом мнения предпринимательского сообщества;

– заключение соглашений о взаимодействии по ОРВ между ответственным министерством и бизнес-сообществами;

– развитие института ОРВ на уровне муниципалитетов и городских округов с актуализацией нормативно-правовой базы, проведением обучения служащих и обеспечением информационного сопровождения процедуры;

– создание единого интернет-портала об ОРВ.

Поскольку российская экономика в значительной мере испытывает недостаток инвестирования, государственно-частное партнерство (ГЧП) может выступить эффективным институтом развития инвестирования российской экономики. Для развития института ГЧП предлагаются следующие шаги:

– заключение соглашения между Правительством региона и «Центром развития ГЧП», разработка всех необходимых НПА;

– создание интерактивной формы подачи инициатив и проектов ГЧП;

– информирование и консультирование РОИВ и частных инвесторов;

– создание специализированной структуры, ответственной за подготовку и сопровождение проектов ГЧП и концессии;

– утверждение порядка оперативного устранения нарушений законодательства и рассмотрения обращений посредством канала прямой связи.

В той же связи предлагается реализовать приоритетную программу развития сельской местности при государственной поддержке средствами областных бюджетов, закон о промышленной политике, закладывающий основы для развития стимулирования промышленности, продлить срок функционирования и включения новых территорий в состав особых экономических зон (ОЭЗ), а также создать калькулятор оценки выгод и стандартных издержек субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Фактор Б2 «Административное давление на бизнес»

Среднее изменение фактора Б2 составило 2,7 балла по оценке динамики 85 регионов, участвовавших в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 62 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 23 – отрицательная. Респондентами, ответы которых участвуют в расчете показателей, входящих в данный фактор, могут быть юридические лица и индивидуальные предприниматели, официально зарегистрированные и осуществляющие свою деятельность на территории региона, отобранные методом случайной выборки.

Показатель Б2.1 «Количество запрошенных дополнительных документов у предприятия в год»

Респондентами по данному показателю являются юридические лица и индивидуальные предприниматели, официально зарегистрированные и осуществляющие свою деятельность на территории региона, отобранные методом случайной выборки в отношении которых проводились контрольно-надзорные мероприятия со стороны государственных органов в течение последних двенадцати месяцев Количество дополнительно запрошенных документов для респондента — это количество запросов не обязательных к предоставлению документов для одного респондента в год. При этом один документ, запрошенный несколько раз, считается несколько раз; один документ, запрошенный несколькими ведомствами, также считается несколько раз.

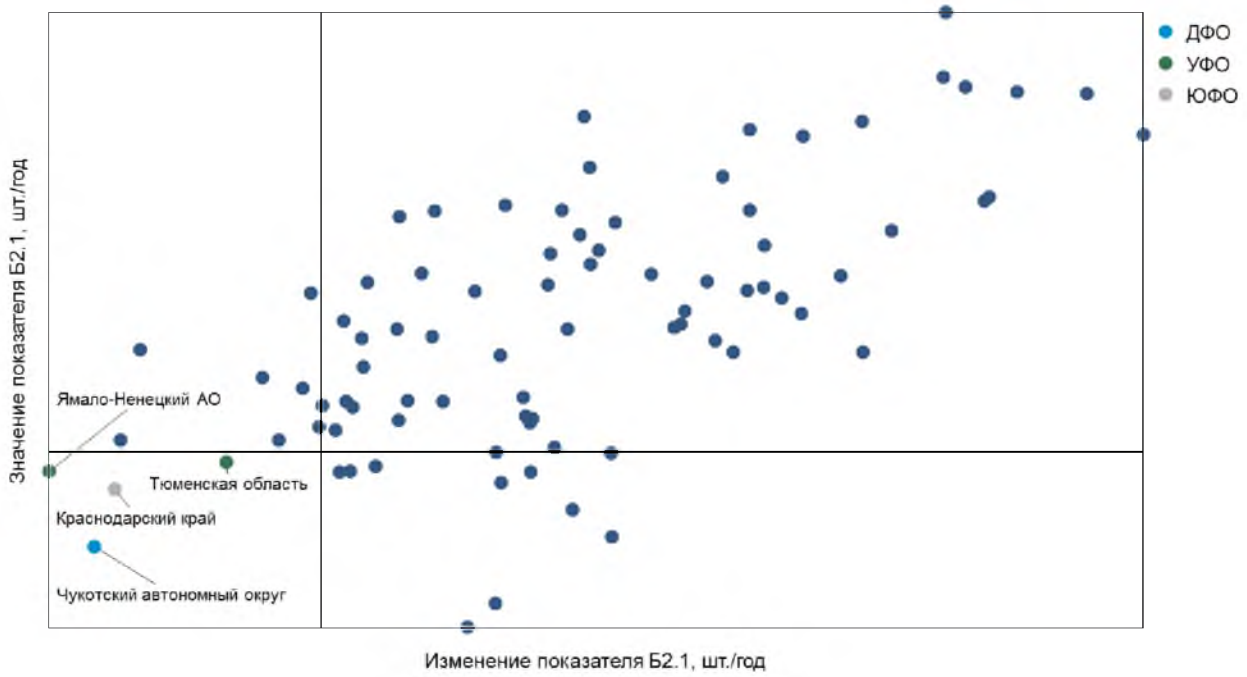


Рисунок 17 Анализ показателя Б2.1 «Количество запрошенных дополнительных документов у предприятия в год»

Регионы с наименьшим количеством запрошенных дополнительных документов, которые одновременно продемонстрировали наибольшее уменьшение этого количества по сравнению с предыдущим периодом, это: Ямало-Ненецкий автономный округ, Чукотский автономный округ, Краснодарский край и Тюменская область.

Показатель Б2.2 «Среднее количество контрольно-надзорных мероприятий в год»

Среднее количество контрольно-надзорных мероприятий — это количество проверок, рейдовых осмотров, допросов, опросов и других юридически значимых мер в отношении всех респондентов деленное на количество респондентов, включая мероприятия, связанные с проверками контрагентов.

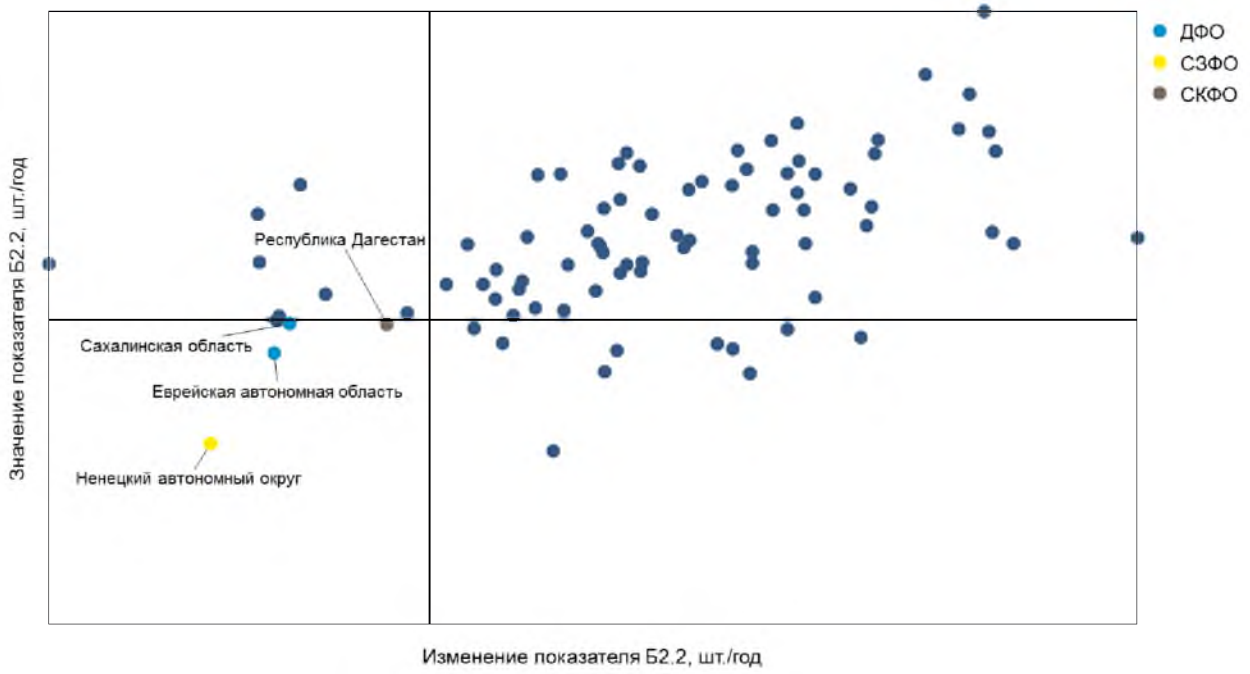


Рисунок 18 Анализ показателя Б2.2 «Среднее кол-во контрольно-надзорных мероприятий в год»

Регионы с наименьшим количеством контрольно-надзорных мероприятий, которые одновременно продемонстрировали наибольшее уменьшение этого количества по сравнению с предыдущим периодом, это: Ненецкий автономный округ, Еврейская автономная область, Сахалинская область и Республика Дагестан.

Показатель Б2.3 «Доля компаний, столкнувшихся с давлением со стороны органов власти или естественных монополий»

Показатель Б2.3 оценивает долю компаний, столкнувшихся со случаями коррупции со стороны органов власти или естественных монополий в течение последних 12 месяцев, как отношение количества опрошенных компаний, которые за последние 12 месяцев сталкивались с проявлениями коррупции со стороны хотя бы одного из пяти видов органов власти или естественных монополий: правоохранительных органов, органов судебной

власти, органов законодательной власти, иных контрольно-надзорными органов, естественных монополий – к общему количеству опрошенных компаний.

Коррупция — злоупотребление служебным положением, дача или получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами; а также совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица.

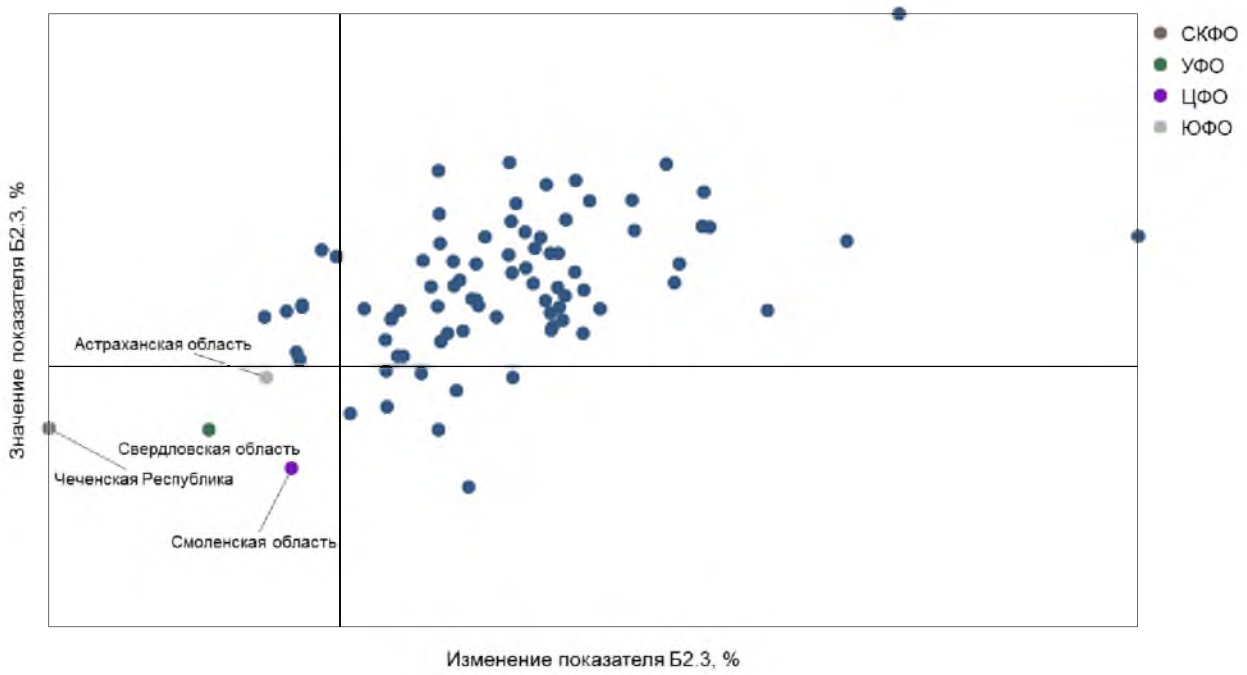


Рисунок 19 Анализ показателя Б2.3 «Доля компаний, столкнувшихся с давлением со стороны органов власти или естественных монополий

Регионы с наименьшей долей компаний, столкнувшихся с давлением со стороны органов власти или естественных монополий, которые одновременно продемонстрировали наибольшее уменьшение этой доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Чеченская Республика, Свердловская область, Астраханская область и Смоленская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б2 «Административное давление на бизнес»

Изменения в нормативно-правовом регулировании контрольно-надзорной деятельности, направленные на сокращение проверок и введение мер оперативного прокурорского реагирования, несколько ослабили давление на бизнес, что, однако, не

привело к балансу интересов предпринимателей и государства. Меры, способствующие решению вопроса, включают:

– внедрение методов проектного управления и использование системы межведомственного взаимодействия при организации и проведении КНД;

– внедрение решения для автоматизации КНД по не приоритетным видам контроля, с возможностью надзорным органам вести автоматизированный учет субъектов и объектов, осуществлять межведомственное электронное взаимодействие, оценивать эффективность работы региональных ОИВ, то есть согласовывать свои действия в отношении подконтрольных субъектов и объектов.

Кроме того, для решения споров между властью и бизнесом существует институт уполномоченных по защите прав предпринимателей. Для повышения эффективности деятельности этого института, несущего ответственность за восстановление прав, нарушенных неправомерными действиями представителей государственных органов, названы такие меры, как повышение осведомленности предпринимателей о наличии и качестве работы Уполномоченного по защите прав предпринимателей в регионе, представление омбудсменом результатов исследования административного давления на бизнес на заседаниях инвестиционного совета при главе региона, участие омбудсмена и сотрудников его аппарата в проверках малого и среднего бизнеса.

В качестве действенных методов снижения давления на бизнес предлагаются: принятие административных регламентов для всех контрольно-надзорных функций, проведение публичных обсуждений реформы КНД и правоприменительной практики с возможностью обратной связи (ответ в 15 дней), создание специализированной рабочей группы по КНД при Совете, составление перечня видов регионального контроля (надзора), принятие положений и административных регламентов исполнения государственных функции по всем видам регионального контроля (надзора), создание страницы на официальных сайтах органов исполнительной власти, разработка системы оценки результативности и эффективности КНД.

Повышению квалификации предпринимателей и получению возможности более основательной подготовки к проверкам может поспособствовать размещение в общем доступе информации о проводимых мероприятиях, а на официальном портале — перечней обязательных требований и проверочных листов; создание интернет-ресурса для предпринимателей, содержащего практические рекомендации по прохождению проверок бизнеса (совместный проект Министерства экономики и Прокуратуры региона), и Штаба по защите прав предпринимателей; составление проектов планов проведения проверок с учетом риск-ориентированного подхода.

Снизить административное давление на бизнес возможно путем введения процедуры уведомления главы региона о проведении внеплановых проверок, организации межведомственного взаимодействия органов власти, рассмотрения точечных проблем бизнеса с привлечением правоохранительных органов через «Открытое Правительство», каналы обратной связи «бизнес-власть», проведения опроса предпринимателей с целью выявления органов власти, наиболее часто запрашивающих дополнительные документы в ходе проверок, с составлением по результатам опроса аналитического отчета.

Фактор Б3 «Эффективность работы организационных механизмов поддержки бизнеса»

Среднее изменение фактора Б3 составило 2,7 балла по оценке динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 56 регионов динамика изменения фактора положительная, у 29 – отрицательная. Респондентами по показателям, входящим в данный фактор, могут быть эксперты – представители делового сообщества региона.

Показатель Б3.1 «Эффективность работы Совета по вопросам развития инвестиционного климата (или аналогичного органа) в субъекте Российской Федерации»

Показатель Б3.1 оценивается как средний балл оценки всех экспертов – представителей делового сообщества региона, знакомых с работой Совета, по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) выдвижение собственных инициатив по улучшению инвестиционного климата и их учет органами власти в регионе;

2) экспертиза инициатив, выдвигаемых региональным органом исполнительной власти и законодательным органом региона.

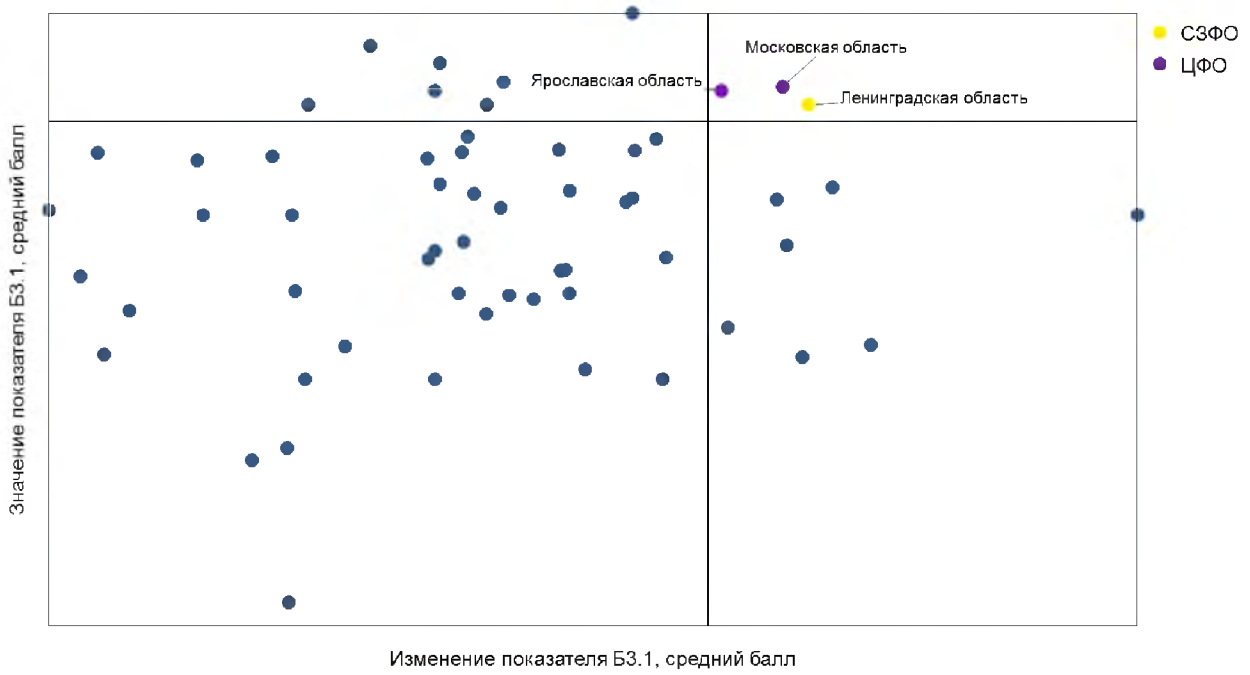


Рисунок 20 Анализ показателя Б3.1 «Эффективность работы Совета по вопросам развития инвестиционного климата (или аналогичного органа) в субъекте Российской Федерации»

Регионы с наивысшей оценкой эффективности совета по вопросам развития инвестиционного климата, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Ленинградская область, Московская область и Ярославская область.

Показатель Б3.2 «Эффективность обратной связи и работы канала (каналов) прямой связи инвесторов и руководства субъекта Российской Федерации»

Показатель Б3.2 представляет собой средний балл оценки всех экспертов – представителей делового сообщества региона, обладающих информацией о работе канала обратной связи, по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) общедоступность механизма обратной и прямой связи;
2) удобство механизма обратной и прямой связи;
3) оперативность реагирования руководства субъекта на замечания/предложения;
4) итоговая степень решения вопроса;
5) удовлетворенность результатом общения.

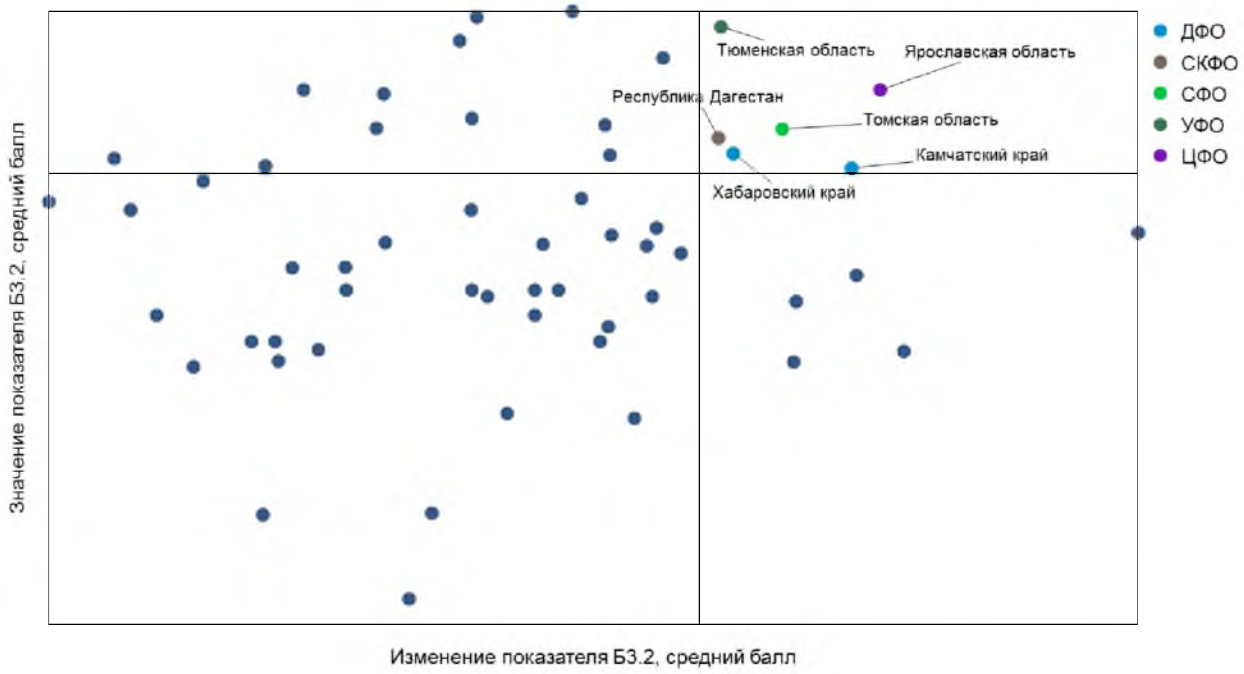


Рисунок 21 Анализ показателя Б3.2 «Эффективность обратной связи и работы канала (каналов) прямой связи инвесторов и руководства субъекта Российской Федерации»

Регионы с наивысшей оценкой эффективности обратной связи и работы канала (каналов) прямой связи инвесторов и руководства субъекта Российской Федерации, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой оценки по

сравнению с предыдущим периодом, это: Ярославская область, Камчатский край, Томская область, Хабаровский край, Тюменская область и Республика Дагестан.

Показатель Б3.3 «Региональная/окружная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами»

Показатель Б3.3 представляет собой средний балл оценки всех экспертов – представителей делового сообщества региона, обладающих информацией о работе организации по привлечению инвестиций и не являющихся её сотрудниками, по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) обеспечение режима «одного окна» для инвесторов при взаимодействии с органами исполнительной власти;

2) продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы);

3) обеспечение взаимодействия с инвестиционными и венчурными фондами, банками, иностранными государственными инвестиционными агентствами, специализированными финансовыми организациями, российскими и международными институтами развития с целью использования их потенциала и возможностей по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона;

4) консультационная поддержка инвесторов и проведение образовательных мероприятий для предпринимателей.

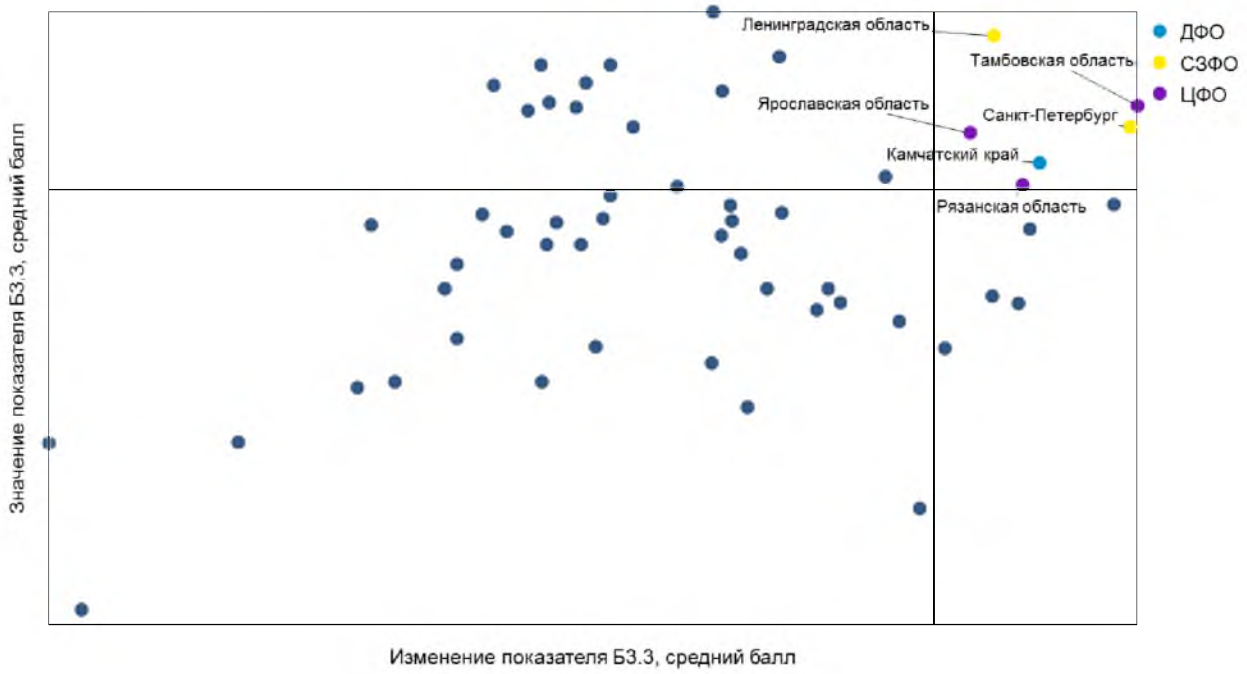


Рисунок 22 Анализ показателя Б3.3 «Региональная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами»

Регионы с наивысшей оценкой эффективности работы региональной организации по привлечению инвестиций и работе с инвесторами, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Тамбовская область, Санкт-Петербург, Камчатский край, Ленинградская область, Рязанская область и Ярославская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б3 «Эффективность работы организационных механизмов поддержки бизнеса»

В «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года» отмечается, что содействие развитию малых и средних компаний является основным элементом экономической политики государства, способствующей поддержанию здоровой конкуренции и решению долгосрочных социальных задач. В качестве путей повышения эффективности названы: упрощение административных процедур при регистрации и зарождении бизнеса, снижение административного давления, совершенствование налогообложения, облегчение доступа к инфраструктуре и инженерным сетям, доступность различных форм финансирования, поддержка программ развития малого бизнеса, реализуемых предпринимателями.

В первую очередь, в качестве мер повышения эффективности работы организационных механизмов названы действия, связанные с вовлечением большого числа представителей РОИВ, деловых объединений и бизнеса в механизмы улучшения условий его ведения, построение эффективного взаимодействия РОИВ и бизнеса. Например, назначение в органах власти ответственных за развитие инвестиционной деятельности по нескольким направлениям; внедрение трехуровневой системы коммуникации органов власти и представителей бизнеса на любом уровне; создание дополнительного канала прямой связи с губернатором – «Делового клуба» – в составе ведущих деловых объединений, предпринимателей региона, представителей ОИВ и органов местного самоуправления, для выработки новых механизмов взаимодействия бизнеса и власти, принятия готовых решений для создания благоприятных условий ведения инвестиционной и предпринимательской деятельности в регионе; создание на инвестиционном портале «горячей линии» с губернатором и Правительством (со сроком рассмотрения обращений 10 дней); обеспечение жителям региона возможности обратиться в органы исполнительной власти посредством электронной почты или через интернет-портал (обращение имеет статус поручения органу власти).

Ряд предложений по повышению эффективности работы организационных механизмов поддержки бизнеса касается деятельности специальных организаций по привлечению инвестиций и работе с инвесторами:

– внедрение в организации клиентоориентированной модели CRM;

– установление порядка взаимодействия с инвесторами по принципу «одного окна»;

– утверждение соответствующих KPI;

– утверждение «операционных драйверов» эффективности деятельности специализированной организации;

– проведение выездных консультаций и круглых столов в муниципальных образованиях региона, общественное обсуждение результатов деятельности (каждые 6 месяцев).

Что касается контроля поручений и проверки результатов обращений, предлагается:

– мониторинг ключевых государственных и муниципальных услуг, услуг ресурсоснабжающих организаций через механизм «Контрольных закупок» с последующим рассмотрением результатов на инвестиционном совете;

– нормативное закрепление ежеквартального мониторинга реализации приоритетных инвестиционных проектов;

– разработка и утверждение Порядка оперативного устранения нарушений законодательства региона, выявленных по результатам работы каналов прямой связи.

Изменились некоторые требования для отбора участников инвестиционных проектов: уменьшился объем инвестиций (с 350 до 100 млн рублей) и введена доля стоимости (15%) инвестиционного проекта, финансируемая из собственных средств, что позволило улучшить инвестиционный климат муниципальных образований

Ряд предложений касается работы инвестиционного совета: обеспечение открытости проведения заседаний; формирование плана работы с учетом предложений бизнеса; организация крупных межрегиональных бизнес-миссий из промышленно-развитых субъектов России; создание профильных групп, отраслевых комитетов и проектных команд по направлениям комитетов; оказание содействия в заполнении заявок на финансовые и гарантийные продукты Корпорации и МСП Банка, на конкурс «Регионы устойчивого развития»; сопровождение проектов, когда куратор проекта на связи 24 часа.

Фактор Б4 «Качество информационной поддержки инвесторов и бизнеса»

Среднее изменение фактора Б4 составляет 0,8 балла. Согласно динамике 85 регионов, участвующего в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 56 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 29 – отрицательная.

Показатель Б4.1 «Интернет - портал об инвестиционной деятельности»

Показатель Б4.1 оценивается как средний балл оценки всех экспертов – представителей делового сообщества региона, по трёхбалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) наличие информации об инвестиционных возможностях в регионе;

2) наличие документа с инвестиционной стратегией;

3) наличие плана объектов необходимой транспортной, энергетической, социальной и другой инфраструктуры региона и информации о подготовленных площадках для инвесторов;

4) наличие линии прямых обращений;

5) наличие регламента взаимодействия инвесторов с должностными лицами и органами власти субъекта Российской Федерации и местного самоуправления;

6) описание мер поддержки инвестиций и инвестиционных проектов;

7) порядок обращения для получения поддержки с целью реализации инвестиционных проектов;

8) наличие информации о планируемых и реализуемых на территории соответствующего региона инвестиционных проектах;

9) ведение Интернет-портала на двух (русском и английском) и более языках;

10) наличие информации о доступной инфраструктуре для размещения производственных и иных объектов инвесторов (государственные и частные: промышленные площадки, промышленные парки, технологические парки, бизнес-инкубаторы, центры кластерного развития).

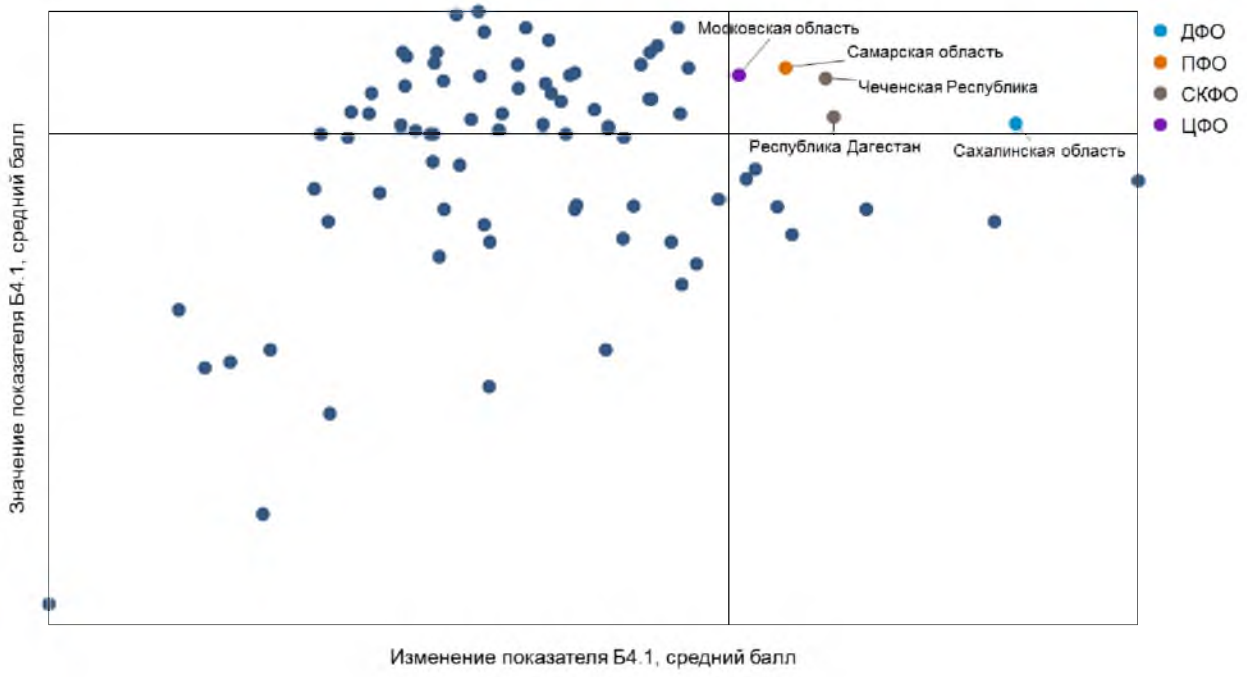


Рисунок 23 Анализ показателя Б4.1 «Интернет - портал об инвестиционной деятельности»

Регионы с наивысшей оценкой интернет - портала об инвестиционной деятельности, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Сахалинская область, Республика Дагестан, Чеченская Республика, Самарская область и Московская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Б4 «Качество информационной поддержки инвесторов и бизнеса»

Информационная поддержка – один из наиболее часто используемых рычагов развития бизнеса, при котором увеличение товарооборота, повышение доходности и конкурентоспособности предприятия осуществляется за счет воздействия информации. Использовать информацию для развития бизнеса можно различными путями. В частности, получать самую актуальную информацию по налогам, последним изменениям в законодательстве и инструментам развития.

Значительно упростить решение многих вопросов, возникающих при ведении бизнеса, может качественная модернизация информационной поддержки. С этой целью предлагается:

– внедрение единого регламента по сопровождению инвестиционных проектов для органов власти различных уровней;

– запуск канала прямых обращений, разработка инвестиционной карты.

Большая роль отводится запуску нового или модернизации существующего Инвестиционного портала с ежедневной актуализацией размещенной на портале информации. Требования: удобная навигация, возможность расширения функционала (добавление языков, обновление личного кабинета), продвижение портала региона в популярных социальных сетях: Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, где также создаются официальные страницы организации. Качество информационной поддержки может поддерживаться с помощью регулярного мониторинга портала предпринимателями. Создание новой мобильной версии портала для планшетов и смартфонов способно значительно облегчить и расширить его использование.

В качестве других способов информационной поддержки можно назвать ежемесячную электронную рассылку дайджеста основных событий, использование инфографики, обеспечение возможности подачи заявок и получения консультаций в электронном виде, предоставление в онлайн режиме калькулятора налоговых льгот, создание муниципальных кабинетов, расширение списка региональных инвестиционных предложений и паспортов инвестиционных проектов, а также «историй успеха».

Направление В "Инфраструктура и ресурсы"

Направление В «Наличие и качество инфраструктуры» включает показатели работы и уровня развития инфраструктуры, а также доступности ресурсов для ведения бизнеса и инвестиционной деятельности. Направление включает следующие факторы: В1 «Качество и доступность инфраструктуры», В2 «Эффективность процедур постановки земельного участка на кадастровый учет и качество территориального планирования», В3 «Качество и доступность финансовой поддержки» и В4 «Качество и доступность трудовых ресурсов». Средняя оценка по направлению уменьшилась на 0,1 балла в 2018 году.

Фактор В1 «Качество и доступность инфраструктуры»

Среднее изменение фактора В1 составило -0,1 балла по оценке динамики 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 37 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 48 – отрицательная.

Этот фактор состоит из одного статистического и трех опросных показателей.

Показатель В1.1 «Доля дорог, соответствующих нормативным требованиям»

Статистический показатель В1.1 оценивает отношение протяженности дорог регионального, межмуниципального и местного значения на территории субъекта Российской Федерации, соответствующих нормативным требованиям к транспортно-эксплуатационным показателям, к общей протяженности дорог регионального, межмуниципального и местного значения на территории субъекта Российской Федерации.

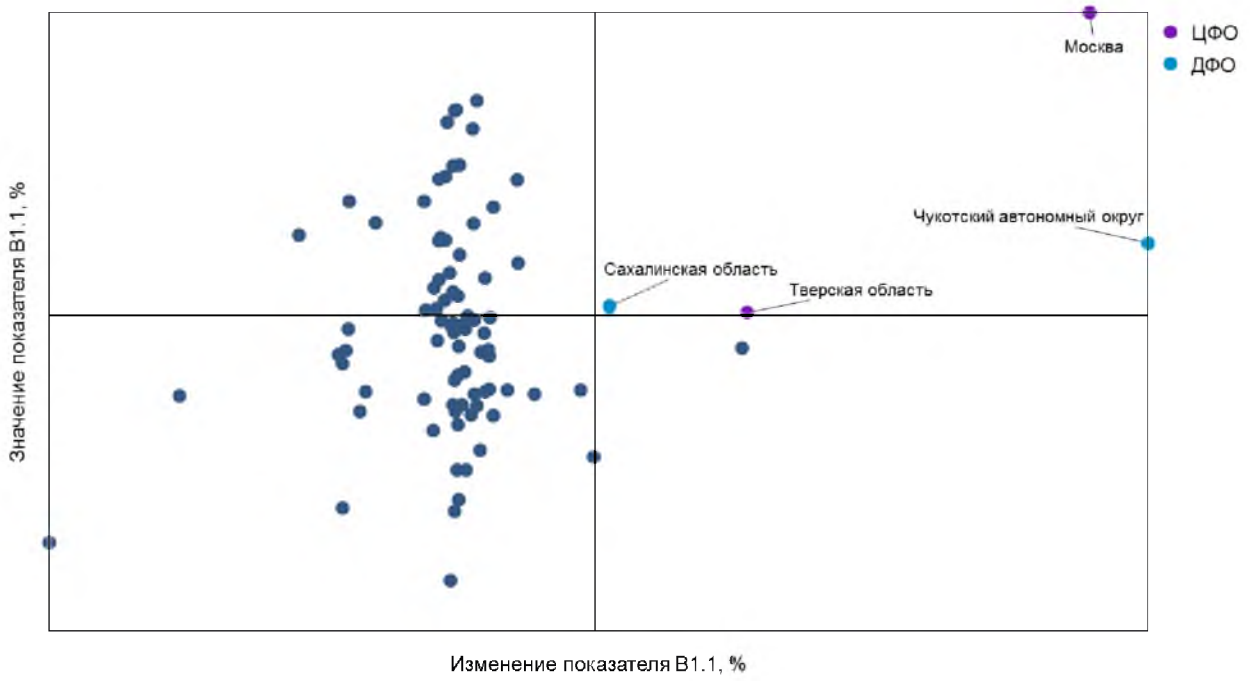


Рисунок 24 Анализ показателя В1.1 «Доля дорог, соответствующих нормативным требованиям»

Регионы с наибольшей долей дорог, соответствующих нормативным требованиям, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Чукотский автономный округ, Москва, Тверская область и Сахалинская область.

Показатель В1.2 «Оценка качества дорожных сетей предпринимателями»

Показатель В1.2 определяется как средний балл оценки всех респондентов (любые предприниматели региона, отобранные методом случайной выборки) по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) возможность вовремя осуществить доставку автомобильным транспортом для бизнеса респондента;
2) качество дорожного полотна в регионе для целей ведения бизнеса респондента;
3) протяженность и плотность дорог в регионе для целей ведения бизнеса респондента.

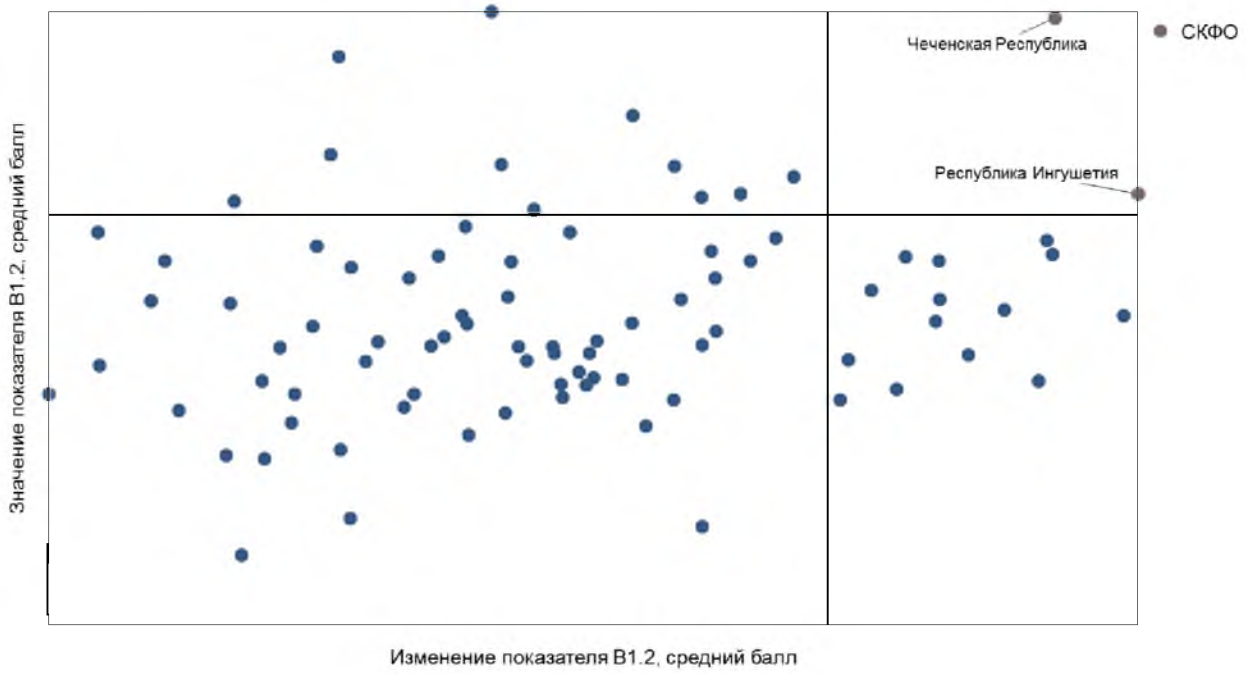


Рисунок 25 Анализ показателя В.1.2 «Оценка качества дорожных сетей предпринимателями»

Регионы с наилучшей оценкой качества дорог, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Ингушетия, Чеченская Республика.

Показатель В1.3 «Оценка качества телекоммуникационных услуг предпринимателями»

Показатель В1.3 определяется как средний балл оценки всех респондентов (любые предприниматели региона, отобранные методом случайной выборки) по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) качество мобильной связи (покрытие, стабильность работы и т.п.) для бизнеса респондента;
2) стоимость мобильной связи для бизнеса респондента;
3) качество интернет-связи (покрытие, стабильность работы, скорость);
4) стоимость интернет-связи для бизнеса респондента.

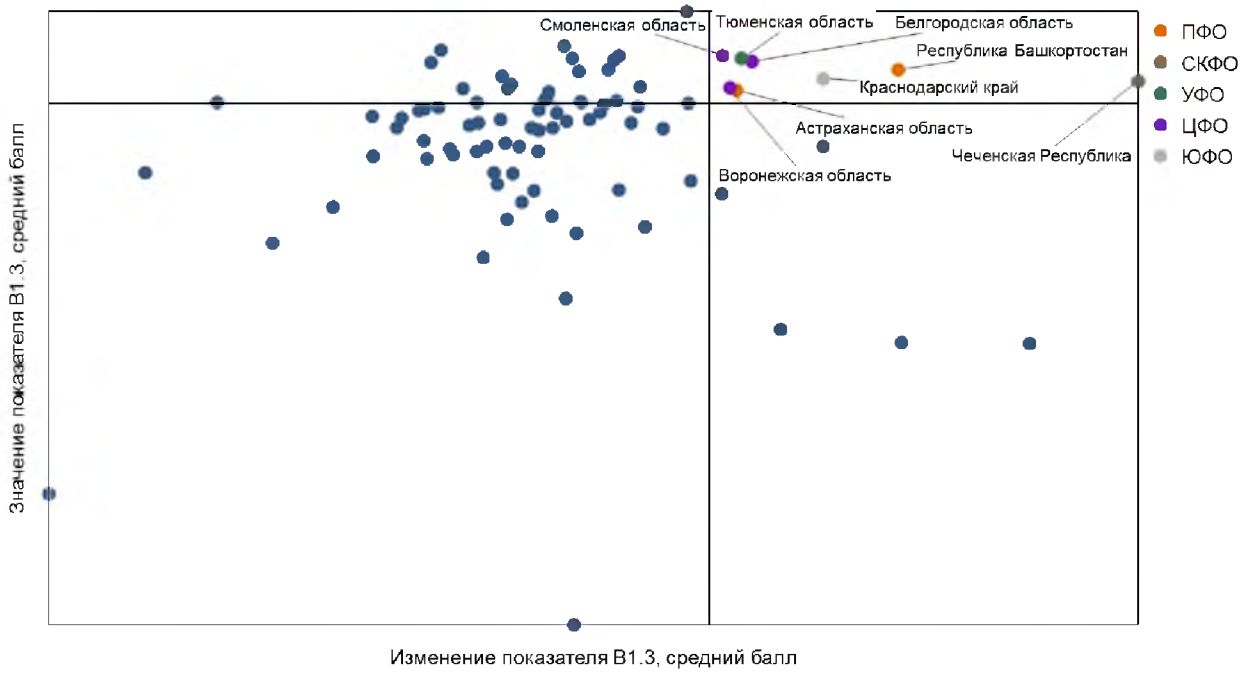


Рисунок 26 Анализ показателя В1.3 «Оценка качества телекоммуникационных услуг предпринимателями»

Регионы с наилучшей оценкой качества телекоммуникационных услуг, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Чеченская Республика, Республика Башкортостан, Краснодарский край, Белгородская область, Астраханская область, Тюменская область, Воронежская область, Смоленская область.

Показатель В1.4 «Оценка объектов инвестиционной инфраструктуры предпринимателями»

Показатель В1.4 определяется как средний балл оценки всех респондентов – резидентов любых объектов инвестиционной инфраструктуры, включая резидентов ТОР и

Свободного порта Владивосток – по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) доступность мест в объектах инвестиционной инфраструктуры;
2) спектр предоставляемых услуг;
3) эффективность предоставляемых мер поддержки для резидентов объектов инвестиционной инфраструктуры.

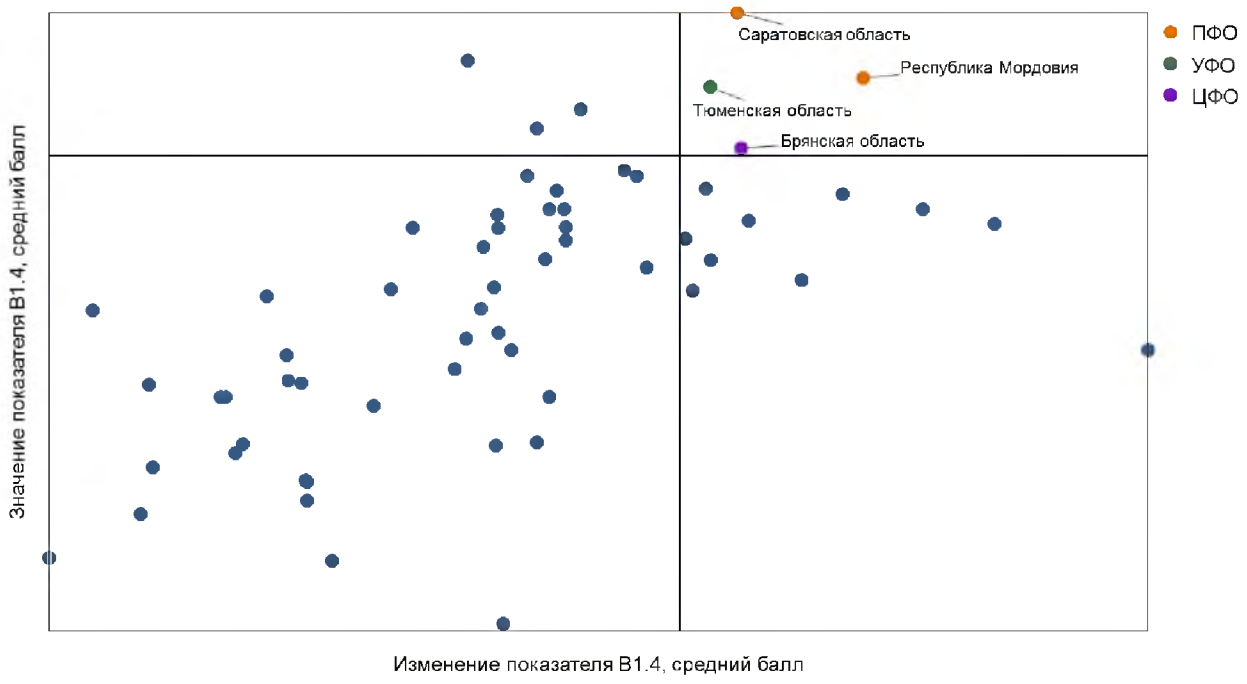


Рисунок 27 Анализ показателя В1.4 «Оценка объектов инвестиционной инфраструктуры предпринимателями»

Регионы с наилучшей оценкой объектов инвестиционной инфраструктуры предпринимателями, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Мордовия, Саратовская область, Брянская область и Тюменская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В1 «Качество и доступность инфраструктуры»

Инфраструктура, при ее недостаточном развитии, является одним из факторов, сдерживающих экономический рост, снижающих производительность труда, инвестиционную привлекательность региона и качество жизни.

Инфраструктура включает в себя дороги, системы электро- и водоснабжения, телекоммуникационные системы, общественный транспорт, а также радио, интернет и т. д. Поэтому предложения по улучшению качества и доступности инфраструктуры охватывают различные ее сферы.

Интернет и мобильная связь: подключение населенных пунктов к интернету и мобильной связи; увеличение максимальной скорости интернет-соединения при снижении базовой стоимости тарифов для населения; реализация в электронном виде муниципальных услуг по оформлению ордеров на право производства земляных работ, разрешений на временное размещение антенно-мачтовых сооружений связи; строительство волоконно-оптических линий связи (ВОЛС) и подключение населенных пунктов.

Объекты инновационной инфраструктуры: проведение ревизии технопарков с целью исключения резидентов, не выполняющих свои обязательства; совершенствование законодательства и внесение изменений в постановления о создании промышленных парков; создание более широкой сети индустриальных парков, коворкингов для бизнеса, IT-инкубаторов.

Дорожная сеть и транспорт: автоматизация оказания государственных услуг в области транспорта и дорожной деятельности; строительство и ремонт автомобильных дорог общего пользования регионального и местного значения; реализация электронной системы фиксирования качества дорожного полотна и обратной связи от жителей.

Фактор В2 «Эффективность процедур постановки земельного участка на кадастровый учет и качество территориального планирования»

Среднее изменение фактора В2 составило 0,2 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 35 регионов динамика изменения фактора положительная, у 50 – отрицательная. Респондентами, которые могут участвовать в опросе по данному показателю могут стать предприниматели, проходившие процедуру постановки земельного участка на кадастровый учет или процедуру учета земельного участка (межевание или уточнение границ земельного участка) в последние 12 месяцев.

Показатель В2.1 «Оценка деятельности органов власти по постановке на кадастровый учет»

Показатель В2.1 определяется как средний балл по оценкам всех респондентов по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) скорость постановки на кадастровый учет;
2) количество мест постановки на кадастровый учет в населенном пункте;
3) необходимость предоставления не предусмотренных законодательством документов;
4) профессионализм сотрудников, работающих в местах приема документов;
5) возможность прохождения процедуры (или прохождения части этапов) через Интернет.

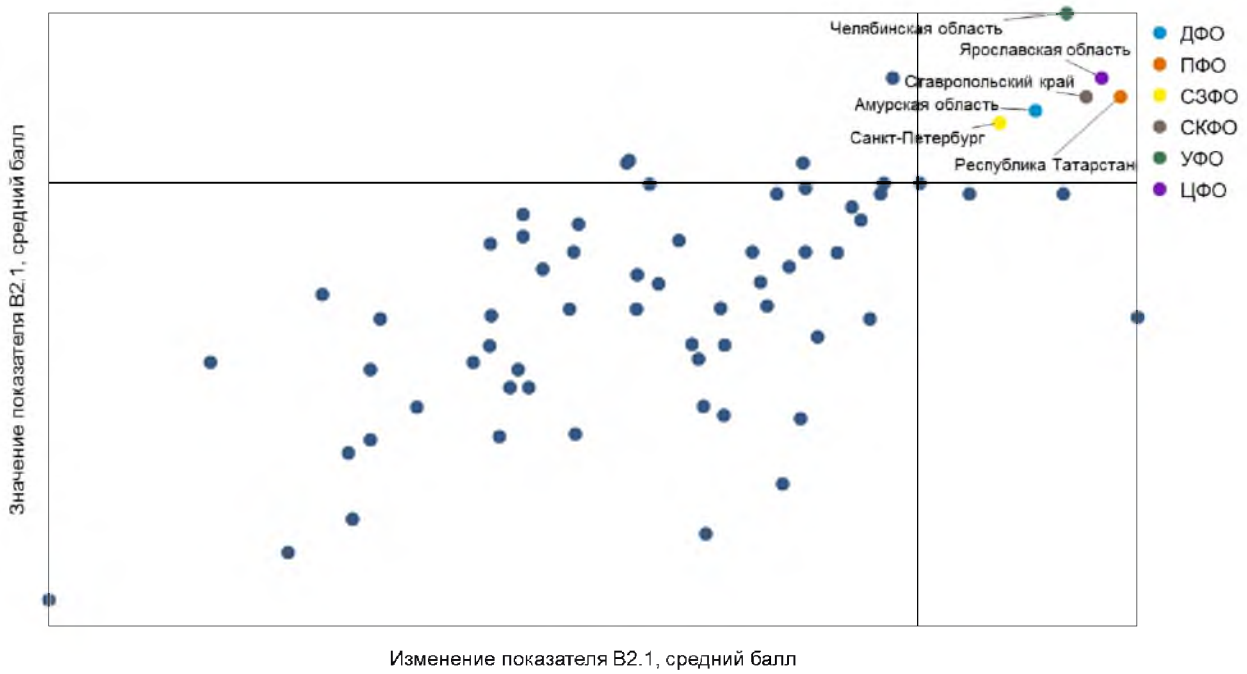


Рисунок 28 Анализ показателя В2.1 «Оценка деятельности органов власти по постановке на кадастровый учет»

Регионы с наилучшей оценкой деятельности органов власти по постановке на кадастровый учет, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Татарстан, Ярославская область, Ставропольский край, Челябинская область, Амурская область и Санкт-Петербург.

Показатель В2.2 «Время постановки на кадастровый учет»

Время постановки земельного участка на кадастровый учет для респондента – это количество рабочих дней от начала процедуры межевания участка до получения подтверждения внесения соответствующих изменений в Единый государственный реестр недвижимости, исключая время ожидания по инициативе заявителя и/или из-за непредставления полного пакета документов, необходимых для проведения процедуры.

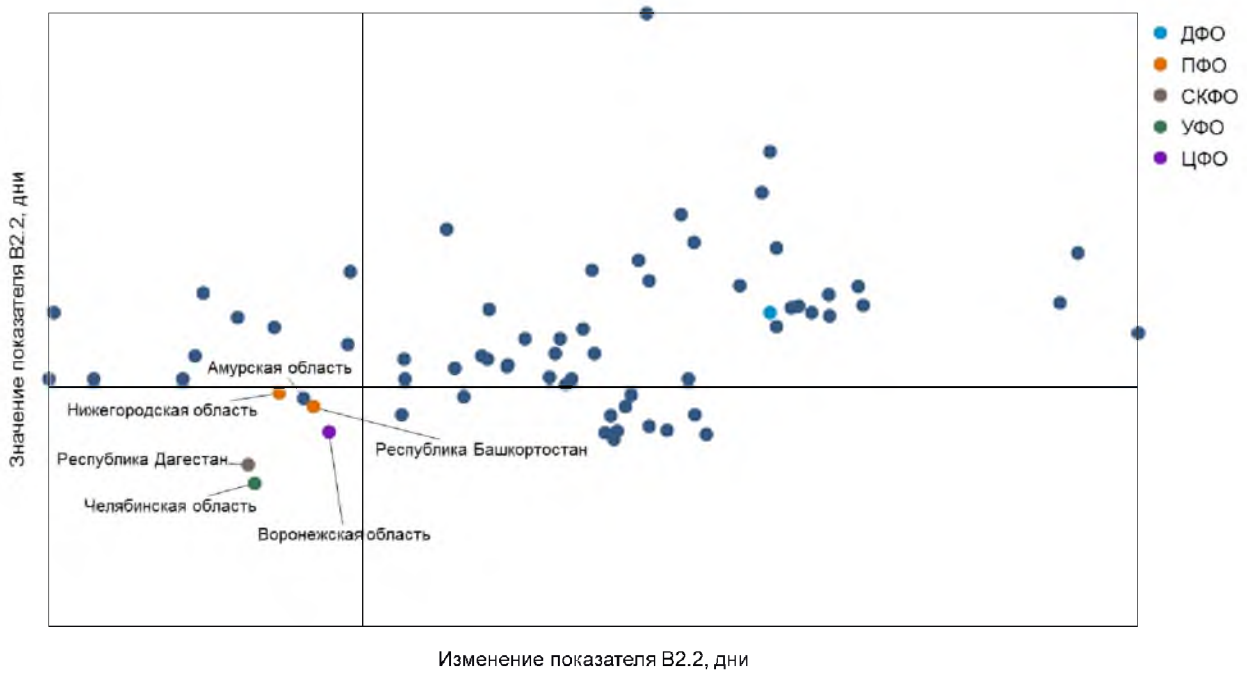


Рисунок 29 Анализ показателя В2.2 «Время постановки на кадастровый учет»

Регионы с наименьшей продолжительностью времени постановки на кадастровый учет, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение сроков по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Дагестан, Челябинская область, Нижегородская область, Амурская область, Республика Башкортостан и Воронежская область.

Показатель В2.3 «Среднее количество процедур, необходимых для постановки на кадастровый учет»

Среднее количество процедур для постановки земельного участка на кадастровый учет – это количество любых обязательных или обычно происходящих процедур с целью постановки земельного участка на кадастровый учет для всех респондентов, деленное на количество этих респондентов. Процедурой считается любое взаимодействие хозяйствующего субъекта с внешними контрагентами, включая органы государственной власти, с целью получения документа, разрешения, заключения, печати, подписи или иного результата, необходимого для законного функционирования бизнеса субъекта. Взаимодействия с разными отделами одной организации считаются разными процедурами.

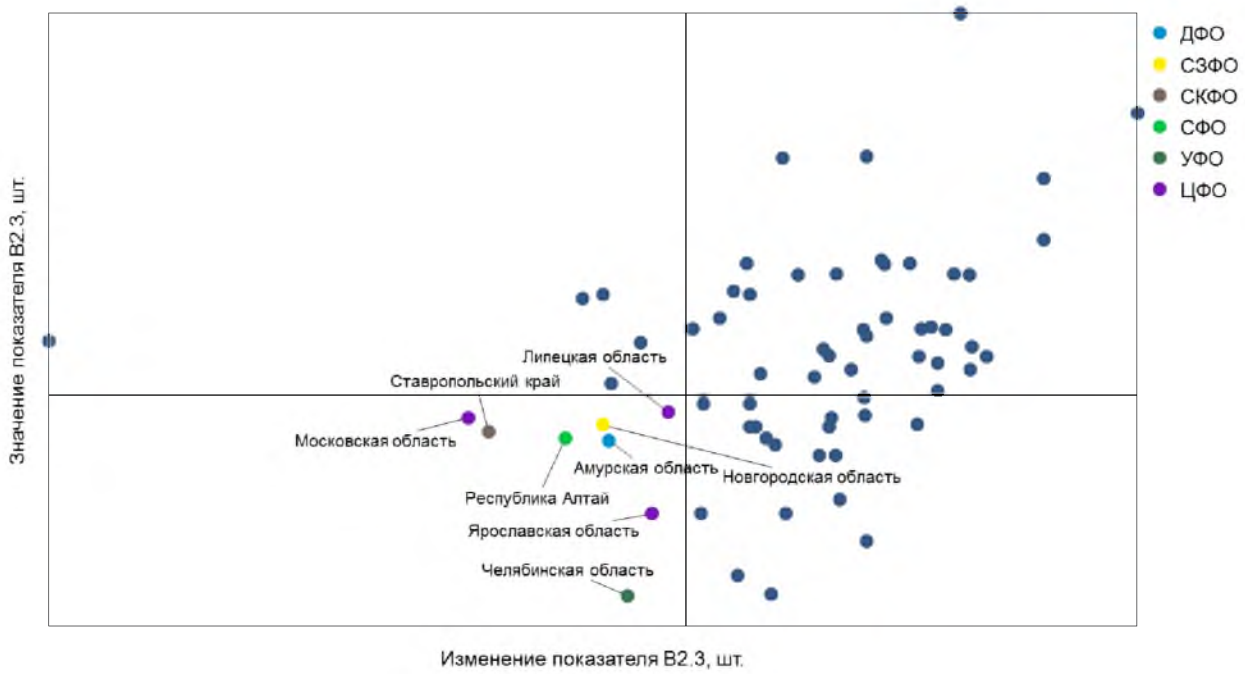


Рисунок 30 Анализ показателя В2.3 «Среднее количество процедур, необходимых для постановки на кадастровый учет»

Регионы с наименьшим количеством процедур необходимых для постановки на кадастровый учет, которые одновременно продемонстрировали ощутимое уменьшение количества этих процедур по сравнению с предыдущим периодом это: Московская область, Ставропольский край, Республика Алтай, Новгородская область, Амурская область, Липецкая область, Челябинская область и Ярославская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В2 «Эффективность процедур постановки земельного участка на кадастровый учет и качество территориального планирования»

Государственный кадастр недвижимости – основной информационный ресурс, призванный обеспечить защиту прав на недвижимое имущество, а также управлять земельным фондом, поэтому здесь пересекаются интересы физических и юридических лиц, органов государственной власти и местного самоуправления.

Эффективность кадастровых органов подразделяют на эффективность кадастрового производства и эффективность применения имеющихся на кадастровом учете данных.

Меры по совершенствованию процедур предоставления услуг в сфере кадастрового учета и государственной регистрации предлагаются следующие.

Повышение квалификации и эффективности действий кадастровых инженеров: формирование рейтинга кадастровых инженеров и размещение его на Инвестиционном портале региона; регулярные рабочие встречи с целью доведения до кадастровых инженеров изменений в законодательстве, информации о часто допускаемых ошибках при

подготовке межевых и технических планов, ответов на возникающие вопросы; обеспечение возможности использования кадастровыми инженерами сервиса "Личный Кабинет кадастрового инженера" для проверки межевых и технических планов, актов обследования.

Информационная поддержка: запуск обучающего проекта «Школа электронных услуг Росреестра»; широкое информирование и продвижение услуг в электронном виде, в том числе, возможности подачи документов и подготовки схемы расположения ЗУ на кадастровом плане территории; выделение «горячей линии» для общения заявителей и кадастровых инженеров по разным вопросам; регулярное размещение актуальных материалов в СМИ и на сайтах органов власти и местного самоуправления региона.

Внутренний контроль и мониторинг: формирование системы внутреннего контроля органа регистрации прав за количественными и качественными показателями выносимых процессуальных решений; регулярный мониторинг отрицательных решений на предмет обоснованности и полноты выявленных оснований для приостановления либо отказа; обеспечение деятельности Апелляционной комиссии при Управлении Росреестра.

Организационные мероприятия: организация работ по минимизации сроков обработки межведомственных запросов; улучшение показателей межведомственного электронного взаимодействия; сокращение сроков обработки документов и установление предельных сроков рассмотрения заявлений, поданных в электронном виде; утверждение Исполнительными комитетами органов местного самоуправления административных регламентов муниципальных услуг; проведение обучающих мероприятий для сотрудников МФЦ; сокращение количества приостановлений и отказов.

Кроме того, обращается внимание на необходимость внесения в ЕГРН сведений по зонам с особыми условиями использования территорий, соблюдения органами местного самоуправления обязанности внесения в реестр этих зон, организации землеустроительных работ в отношении границ населенных пунктов, мониторинга принятия органами местного самоуправления документов территориального планирования и градостроительного зонирования, создания межведомственной рабочей группы по достижению запланированных значений показателей целевых моделей.

Фактор В3 «Качество и доступность финансовой поддержки»

Среднее изменение фактора В3 составило 0,5 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 47 регионов динамика изменения фактора положительная, у 38 – отрицательная. Этот фактор состоит из двух статистических и одного опросного показателя.

Показатель В3.1 «Доля региональных налоговых льгот, предоставленных региональных субсидий и финансирования проектов из средств регионального инвестиционного фонда или корпорации развития от налоговых доходов региона (с учетом НДФЛ, без учета транспортного налога с физ. лиц и налога на имущество физ. лиц)»

При расчете показателя В3.1 под «региональными налоговыми льготами» понимаются только льготы при уплате земельного налога, налога на прибыль, налога на имущество организаций, транспортного налога. Объем предоставленных юридическим лицам и ИП региональных субсидий субъекта РФ включает в себя только субсидии, попадающие под категорию: вид расходов «Субсидии юридическим лицам (кроме некоммерческих организаций), индивидуальным предпринимателям, физическим лицам» (код 810); классификация операций сектора государственного управления «Безвозмездные перечисления организациям, за исключением государственных и муниципальных организаций» (код 242). А объем финансирования проектов из средств регионального инвестиционного фонда или корпорации развития, согласно методологии, представляет собой объем средств из вышеуказанных источников, потраченных на финансирование инвестиционных проектов в регионе.

При этом под категорию "регионального инвестиционного фонда" или "корпорации развития" попадают следующие организации:

1) региональный инвестиционный фонд;

2) региональный фонд развития промышленности;

3) корпорация развития;

4) фонд поддержки предпринимательства;

5) агентство инвестиционного развития.

В знаменателе показателя В3.1 учитываются налоговые доходы субъекта РФ с учетом НДФЛ, но без учета транспортного налога с физических лиц и налога на имущество физических лиц.

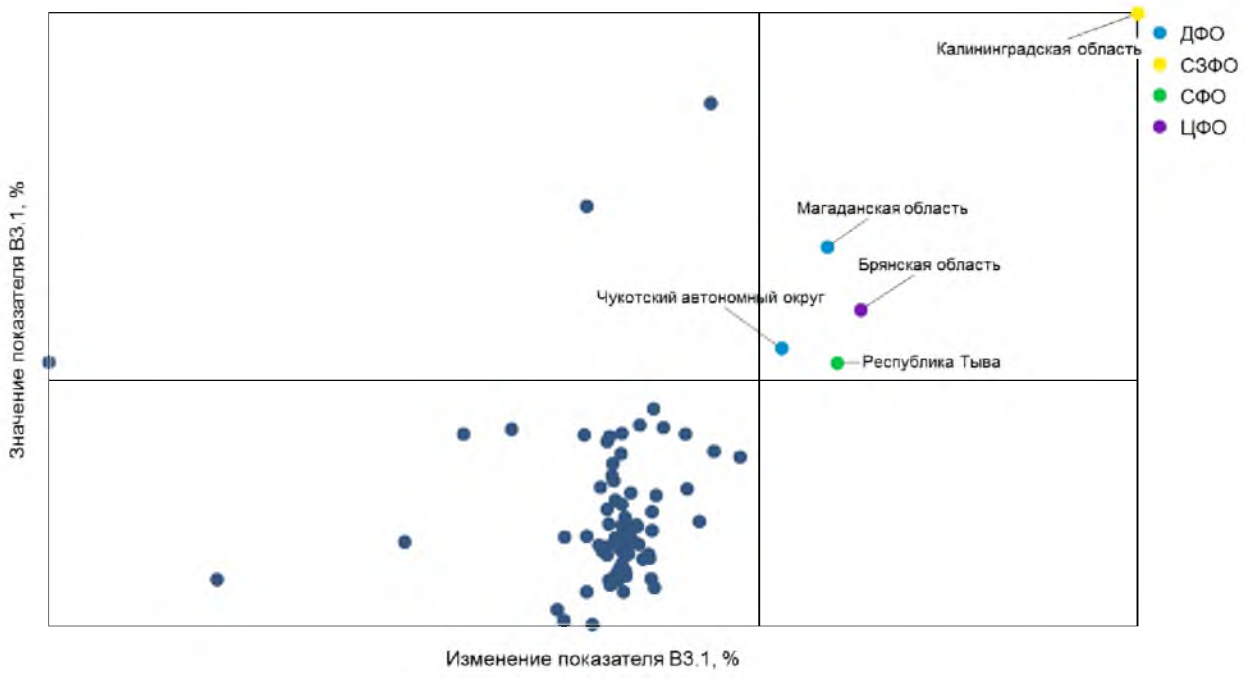


Рисунок 31 Анализ показателя В3.1 «Доля региональных налоговых льгот, предоставленных региональных субсидий и финансирования проектов из средств регионального инвестиционного фонда или корпорации развития от налоговых доходов региона (с учетом НДФЛ, без учета транспортного налога с физ. лиц и налога на имущество физ. лиц)»

Регионы с наибольшей долей региональных налоговых льгот, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Калининградская область, Брянская область, Республика Тыва, Магаданская область и Чукотский автономный округ.

Показатель В3.2 «Доля гарантий региональной гарантийной организации от налоговых доходов региона (с учетом НДФЛ, без учета транспортного налога с физ. лиц и налога на имущество физ. лиц)»

Объем предоставленных гарантий региональной гарантийной организации (или аналогичного инструмента поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства) – объем предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства гарантий на конец года. В знаменателе показателя В3.2 учитываются только налоговые доходы субъекта РФ с учетом НДФЛ, но без учета транспортного налога с физических лиц и налога на имущество физических лиц.

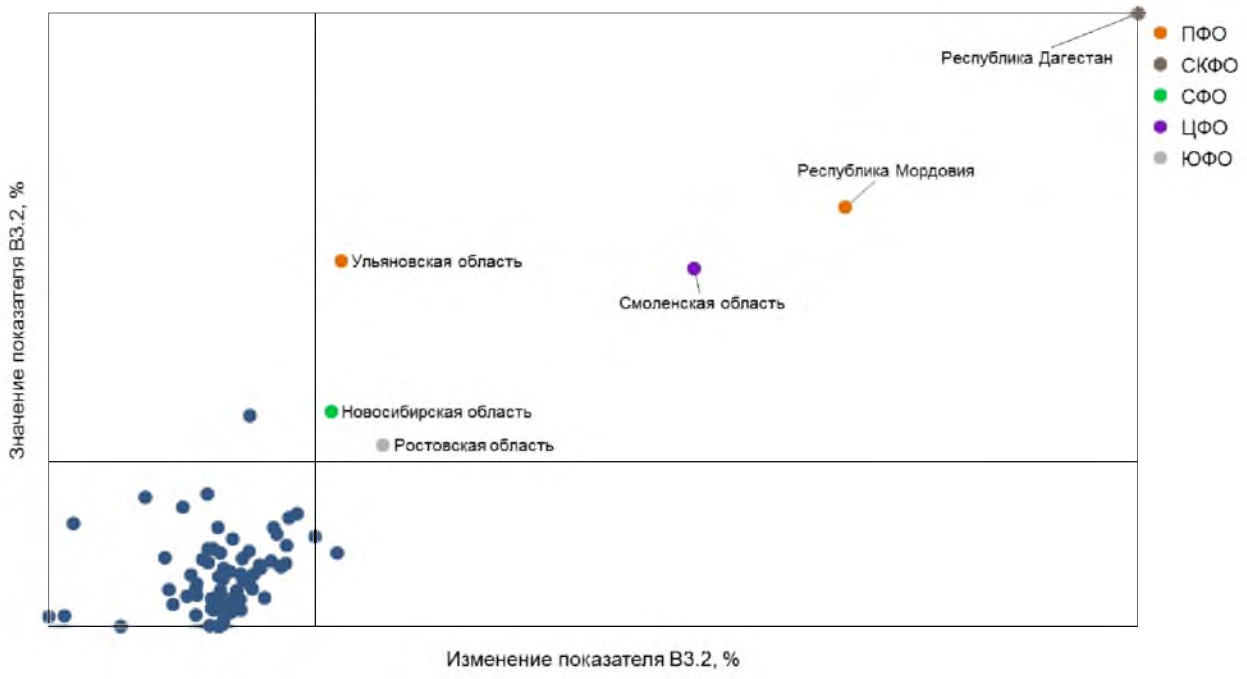


Рисунок 32 Анализ показателя В3.2 «Доля гарантий региональной гарантийной организации от налоговых доходов региона (с учетом НДФЛ, без учета транспортного налога с физ. лиц и налога на имущество физ. лиц)»

Регионы с наибольшей долей гарантий региональной гарантийной организации от налоговых доходов региона, которые также продемонстрировали наибольший рост этой доли к данным предыдущего периода, это: Республика Дагестан, Республика Мордовия, Смоленская область, Ростовская область, Ульяновская область и Новосибирская область.

Показатель В3.3 «Оценка мер государственной финансовой поддержки»

Показатель В3.3 представляет собой средний балл оценки всех респондентов (предприниматели и частные (негосударственные) организации, которые воспользовались или пытались воспользоваться мерами государственной поддержки в течение последних 12 месяцев) по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) Региональными налоговыми льготами:
   - условия получения государственной поддержки;
   - простота процесса получения государственной поддержки;
   - разнообразие видов государственной поддержки;
   - размер государственной поддержки.
2) Гарантиями региональных гарантийных организаций:
   - условия и требования для получения государственной поддержки;
   - простота процесса получения государственной поддержки.
3) Государственными субсидиями:
   - условия получения государственной поддержки;

- простота процесса получения государственной поддержки;
- разнообразие видов государственной поддержки;
- размер государственной поддержки.

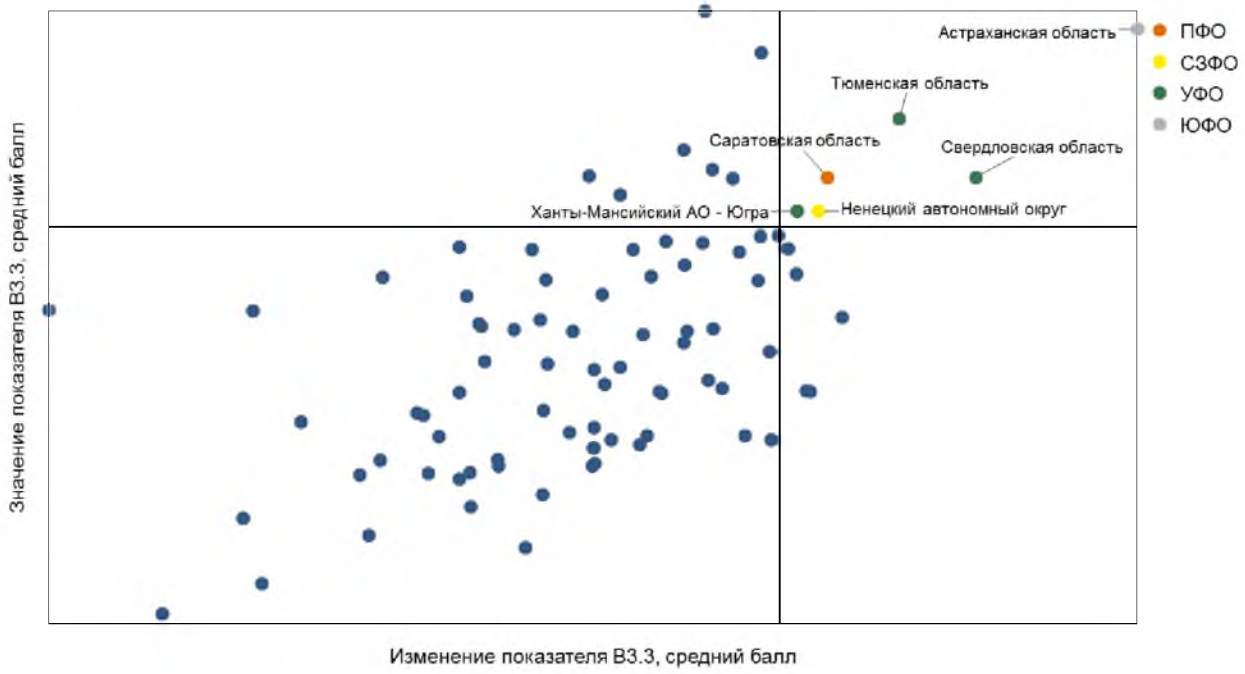


Рисунок 33 Анализ показателя В3.3 «Оценка мер государственной финансовой поддержки»

Регионы с наивысшей оценкой мер государственной финансовой поддержки, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Астраханская область, Свердловская область, Тюменская область, Саратовская область, Ненецкий автономный округ и Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В3 «Качество и доступность финансовой поддержки»

Государство целенаправленно поддерживает малый и средний бизнес. Финансовая поддержка выражается в виде смягчения налогового бремени, грантов, субсидий, федеральных и региональных программ поддержки бизнеса, компенсации некоторых расходов, возмещении процентов по кредитам. Поддерживают малое предпринимательство, коммерческие и некоммерческие организации. Это прежде всего инвестиционные и венчурные фонды, банки и т. д. Однако отмечается трудоемкость оформления и получения финансовой поддержки наряду с ее недостаточностью, поэтому, с целью улучшения качества и повышения доступности финансовой помощи, предлагается:

– увеличить объем субсидий юридическим лицам, объем микрокредитов для МСП, выдаваемых региональными и муниципальными микрофинансовыми организациями;

снизить минимальный объем инвестиционных проектов, поддержка которых осуществляется через Корпорацию развития;

– снизить региональные ставки налога на прибыль для различных категорий инвесторов;

– ввести практику предоставления государственных гарантий при взвешенной комплексной оценке проектов, предполагаемых к реализации с использованием государственных гарантий;

– внедрить комплексную систему поддержки инвестиционных проектов - сформировать финансовую модель с учетом оптимальной схемы использования федеральных и региональных программ поддержки по принципу «одного окна» уже на этапе включения проекта в реестр;

– достичь договоренности о заключении прямых соглашений с крупнейшими банками.

Фактор В4 «Качество и доступность трудовых ресурсов»

Среднее изменение фактора В4 составило -0,8 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 12 регионов динамика изменения фактора положительная, у 73 – отрицательная. Фактор состоит из одного статистического и одного опросного показателей.

Показатель В4.1 «Доля выпускников в промышленном производстве, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте и связи от общего числа занятых в этих секторах»

Показатель В4.1 отражает отношение численности выпускников, получивших среднее профессиональное образование по программе подготовки квалифицированных служащих и специалистов среднего звена в промышленном производстве, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте и связи, к общей численности занятых в субъекте в этих секторах.

Принадлежность укрупненной группы специальностей к промышленному производству, сельскому хозяйству, строительству, транспорту и связи определяется Минобрнауки. В случае несоответствия наименований приведенных секторов наименованиям секторов, используемым Росстатом, соответствие определяется Росстатом.

Учитываются только выпускники организаций и вузов в субъекте РФ, осуществляющих образовательную деятельность по реализации программ среднего профессионального образования по подготовке квалифицированных служащих и специалистов среднего звена в промышленном производстве, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте и связи.

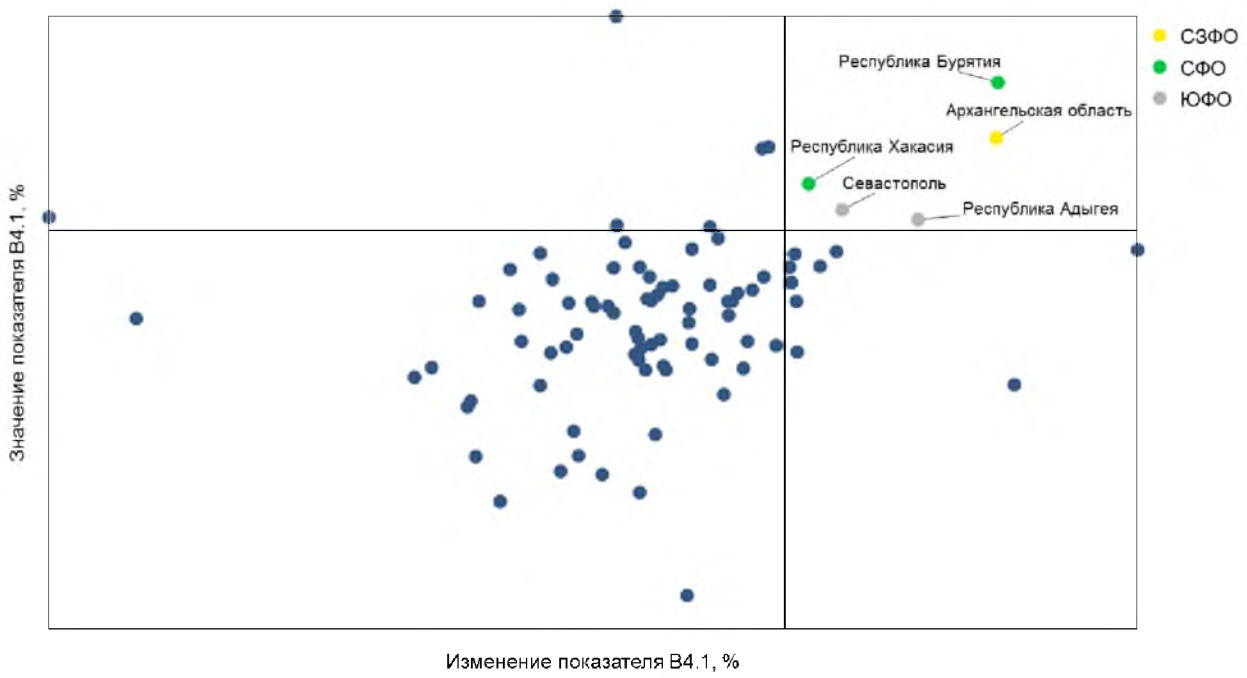


Рисунок 34 Анализ показателя В4.1 «Доля выпускников в промышленном производстве, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте и связи от общей численности занятых в этих секторах»

Регионы с наивысшей долей выпускников в промышленном производстве, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте и связи в общей численности занятых в этих секторах, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Бурятия, Архангельская область, Республика Адыгея, Севастополь и Республика Хакасия.

Показатель В4.2 «Оценка доступности необходимых трудовых ресурсов»

Показатель В4.2 определяется как средний балл оценки всех респондентов (любые предприниматели региона, осуществляющие деятельность в отрасли промышленного производства, сельского хозяйства, строительства транспорта и связи и отобранные методом случайной выборки, которые осуществляли набор новых сотрудников в течение последних 12 месяцев) по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) наличие достаточного количества трудовых ресурсов необходимой квалификации в субъекте Российской Федерации;

2) количество времени, затраченного на поиск трудовых ресурсов необходимой квалификации (подбор трудовых ресурсов может осуществляться не только через службу занятости);

3) денежная стоимость поиска трудовых ресурсов;

4) профессионализм найденных трудовых ресурсов.

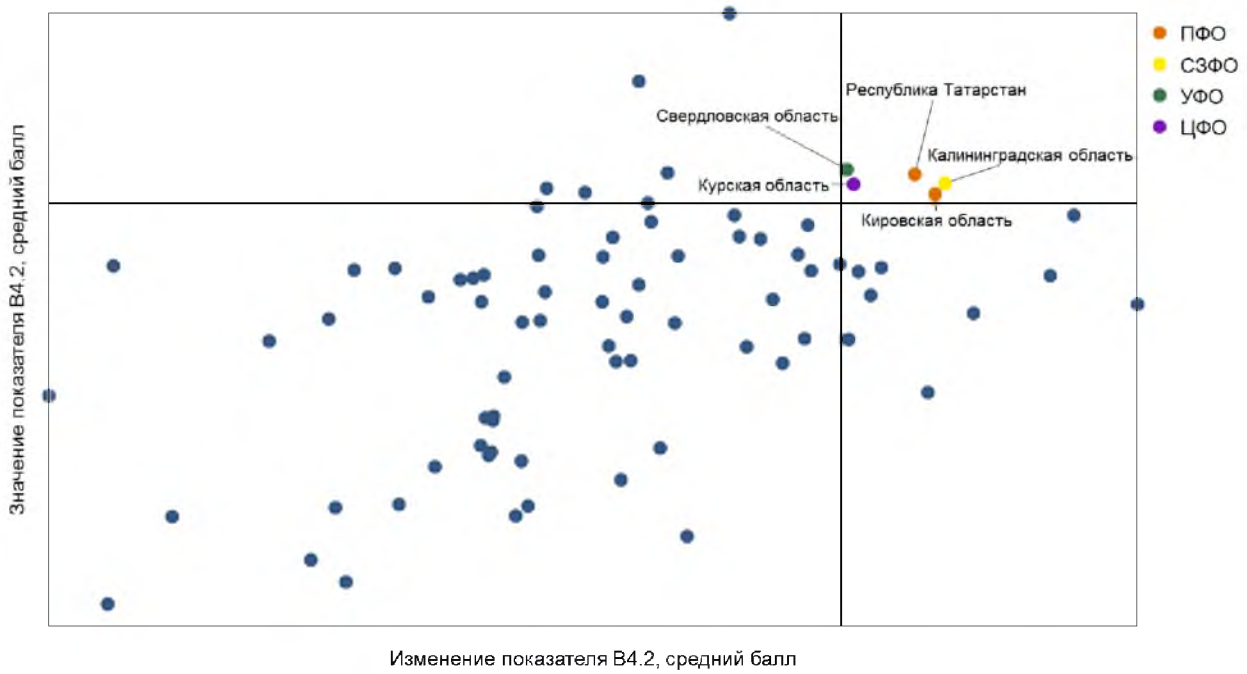


Рисунок 35 Анализ показателя В4.2 «Оценка доступности необходимых трудовых ресурсов»

Регионы с наивысшей оценкой доступности необходимых трудовых ресурсов, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Калининградская область, Кировская область, Республика Татарстан, Курская область и Свердловская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора В4 «Качество и доступность трудовых ресурсов»

Поскольку значительная часть российских предпринимателей оценивает ситуацию с доступностью трудовых ресурсов достаточно невысоко, ключевая задача в этом вопросе — повышение удовлетворенности бизнеса. Для этого работа проводится в таких направлениях, как более подробный анализ запросов, поступающих от работодателей, повышение адаптивности системы специального образования к потребностям рынка, изменение формата взаимодействия работодателей и центров занятости населения.

Предлагаются также следующие инициативы:

– организация и проведение профориентированных мероприятий для молодежи (учащиеся 8-11 классов) в целях популяризации востребованных профессий;

– установление для образовательных учреждений контрольных цифр по набору студентов определенных специальностей с учетом потребностей инвесторов;

– проведение годового мониторинга удовлетворенности работодателей предоставляемыми государственными услугами в сфере занятости населения;

– содействие трудоустройству выпускников учреждений профессионально-технического образования.

Направление Г "Поддержка малого предпринимательства"

Направление Г «Поддержка малого предпринимательства» включает в себя показатели, отражающие уровень развития малого предпринимательства и эффективность различных видов его поддержки. В данное направление входят 4 фактора: Г1 «Уровень развития малого предпринимательства в субъекте РФ», Г2 «Качество организационной, инфраструктурной и информационной поддержки малого предпринимательства», Г3 «Эффективность нефинансовой поддержки малого предпринимательства» и Г4 «Эффективность финансовой поддержки малого предпринимательства». Средняя оценка по направлению Г в 2018 году увеличилась на 3,6 балла по сравнению с предыдущим годом.

Фактор Г1 «Уровень развития малого предпринимательства в субъекте РФ»

Среднее снижение фактора Г1 составило 1,5 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 8 регионов динамика изменения фактора положительная, а у 77 – отрицательная. Этот фактор состоит из двух статистических показателей.

Показатель Г1.1 «Количество субъектов малого предпринимательства на 1 тыс. человек населения»

Показатель Г1.1 – это количество субъектов малого предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей) в расчете на 1 тысячу человек населения в субъекте Российской Федерации. Данные о количестве субъектов малого предпринимательства и численности населения субъекта берутся на конец года.

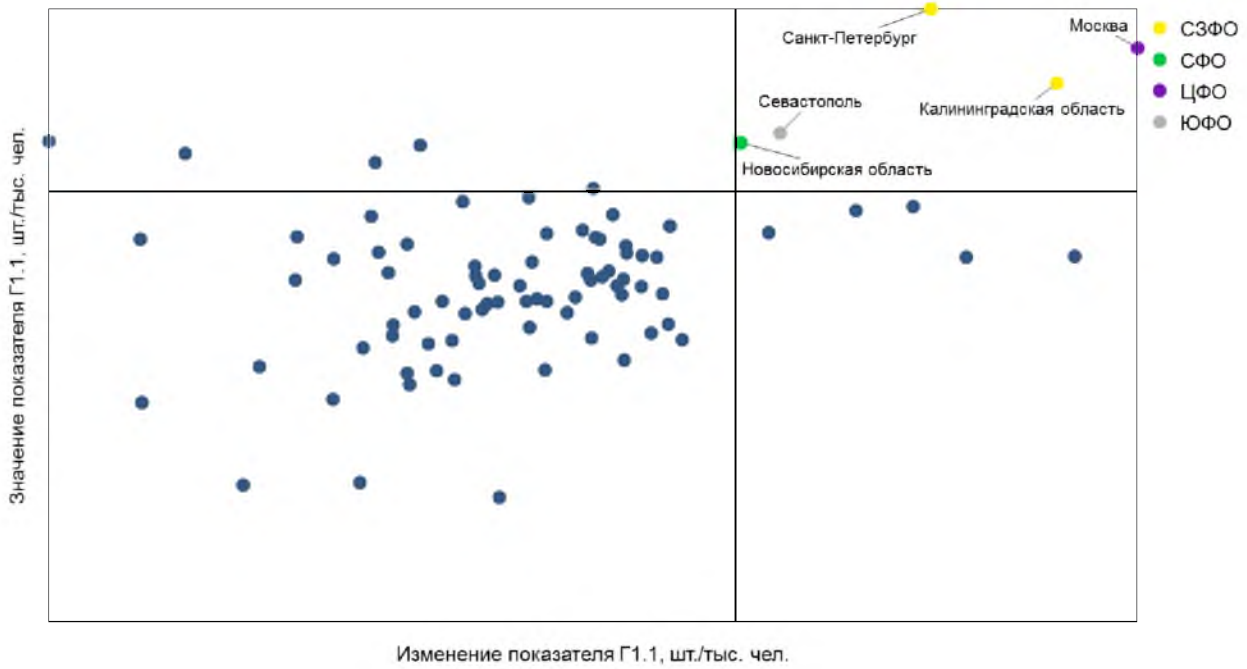


Рисунок 36 Анализ показателя Г1.1 «Количество субъектов малого предпринимательства на 1 тыс. человек населения»

Регионы с наибольшим количеством субъектов малого предпринимательства на 1 тыс. человек населения, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этого количества по сравнению с предыдущим периодом, это: Москва, Калининградская область, Санкт-Петербург, Севастополь и Новосибирская область.

Показатель Г1.2 «Доля численности работников малого предпринимательства в общей численности занятого населении»

Показатель Г1.2 – это доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей), занятых на субъектах малого предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей), в общей численности занятого населения в субъекте Российской Федерации. Используется среднегодовая численность работников и среднегодовая численность занятого населения в субъекте Российской Федерации.

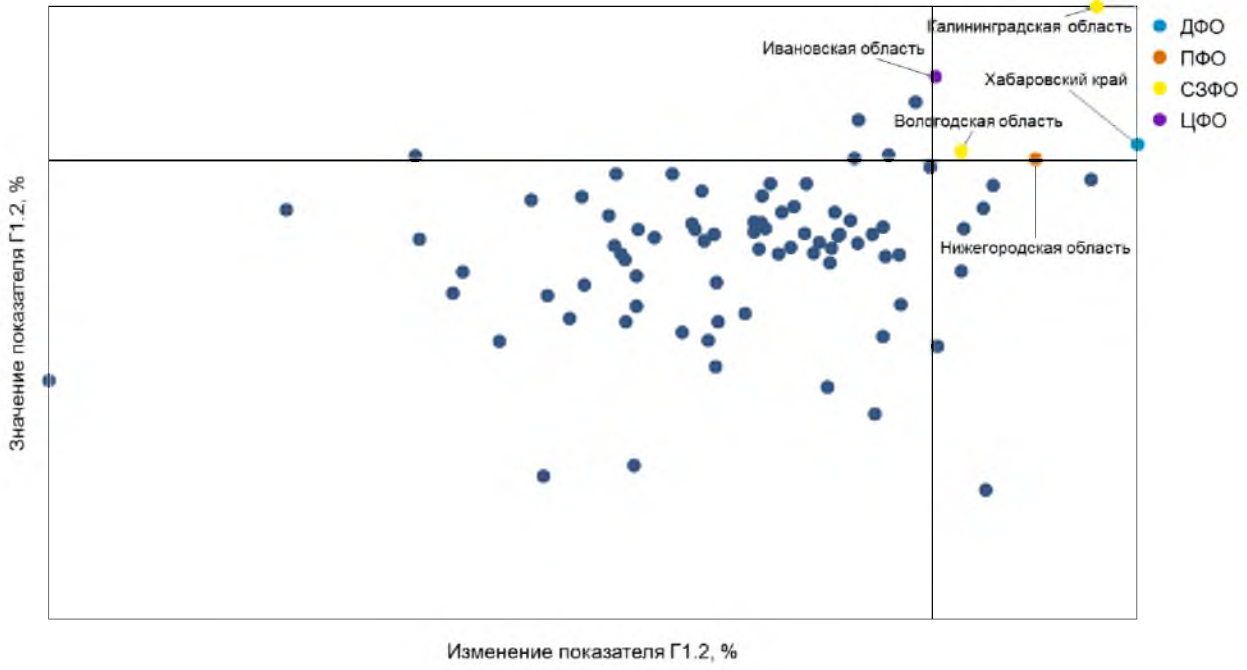


Рисунок 37 Анализ показателя Г1.2 «Доля численности работников малого предпринимательства в общей численности занятого населения»

Регионы с наивысшей долей численности работников малого предпринимательства в общей численности занятого населения, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Хабаровский край, Калининградская область, Нижегородская область, Вологодская область и Ивановская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г1 «Уровень развития

малого предпринимательства в субъекте РФ»

Малый бизнес, являясь одной из подсистем рыночной экономики, создает предпосылки ее устойчивого развития, обеспечивая занятость населения, создавая рабочие места с низкими капитальными затратами, насыщая рынок продуктами, товарами и услугами, обеспечивая налоговые поступления в бюджеты, содействуя развитию инноваций, повышению уровня жизни и стабильности в обществе.

Поэтому в современной России проводится активная государственная политика, направленная на обеспечение устойчивого роста малого бизнеса. При этом предприниматели отмечают ряд факторов, негативно влияющих на развитие, и ставят на первое место недостаток собственных средств для ведения бизнеса. Кроме того, отмечается недостаточно гибкая система налогообложения, административные барьеры, трудности кредитования, несовершенство нормативно-правовой базы, недостаточность мер поддержки со стороны органов государственной власти.

С целью обеспечения поддержки малого бизнеса предлагается реализовать следующие меры:

– включение ключевых показателей развития малого бизнеса в муниципальный стандарт содействия инвестициям и развития предпринимательства, оценку глав муниципальных образований;

– предоставление по итогам года лучшим муниципальным образованиям гранта из краевого бюджета;

– объединение всех институтов поддержки бизнеса на одной площадке.

Фактор Г2 «Качество организационной, инфраструктурной и информационной поддержки малого предпринимательства»

Среднее изменение фактора Г2 составило 3,3 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; 76 регионов показали положительную динамику изменения фактора, 9 – отрицательную. Данный фактор состоит из одного статистического и двух опросных показателей.

Показатель Г2.1 «Доля рабочих мест в бизнес-инкубаторах и технопарках в общем числе занятых на малых предприятиях»

Показатель Г2.1 – это доля рабочих мест, созданных в компаниях-резидентах бизнес-инкубаторов, технопарков, относящихся к малому предпринимательству, в общей среднесписочной численности работников (без внешних совместителей), занятых на субъектах малого предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей), за исключением субъектов малого предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей), основной вид экономической деятельности которых относится к

разделу G ОКВЭД. Учитываются только резиденты бизнес-инкубаторов, технопарков и т.п., средства на создание и развитие которых выделены в рамках программы финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемой Минэкономразвития России.

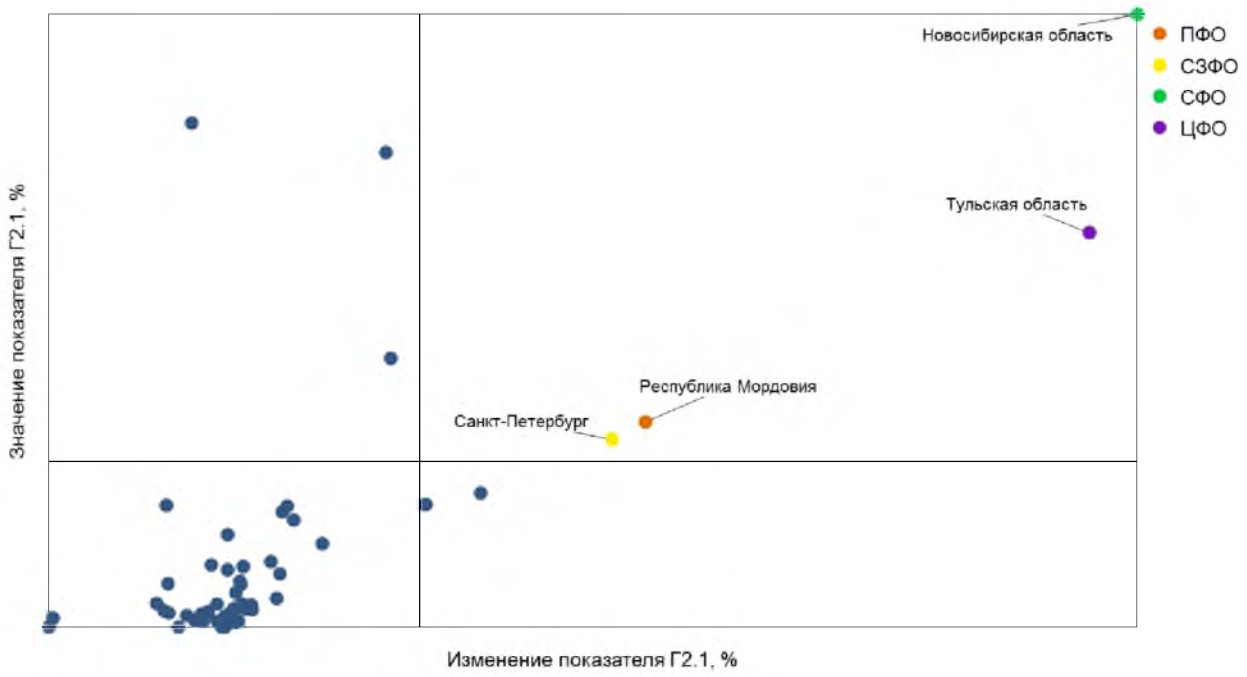


Рисунок 38 Анализ показателя Г2.1 «Доля рабочих мест в бизнес-инкубаторах и технопарках в общем числе занятых на малых предприятиях»

Регионы с наивысшей долей рабочих мест в бизнес-инкубаторах и технопарках в общем числе занятых на малых предприятиях, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличения этой доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Новосибирская область, Тульская область, Республика Мордовия и Санкт-Петербург.

Показатель Г2.2 «Информационный портал по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства»

Показатель Г2.2 оценивает наличие и качество информационного портала по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства в субъекте РФ по следующим критериям:

1) наличие программы по развитию малого и среднего предпринимательства;

2) описание мер поддержки малого и среднего бизнеса и порядок обращения для их получения;

3) информация о региональных общественных организациях и консультативных органах, представляющих интересы малого предпринимательства в субъекте РФ;

4) наличие линии прямых обращений.

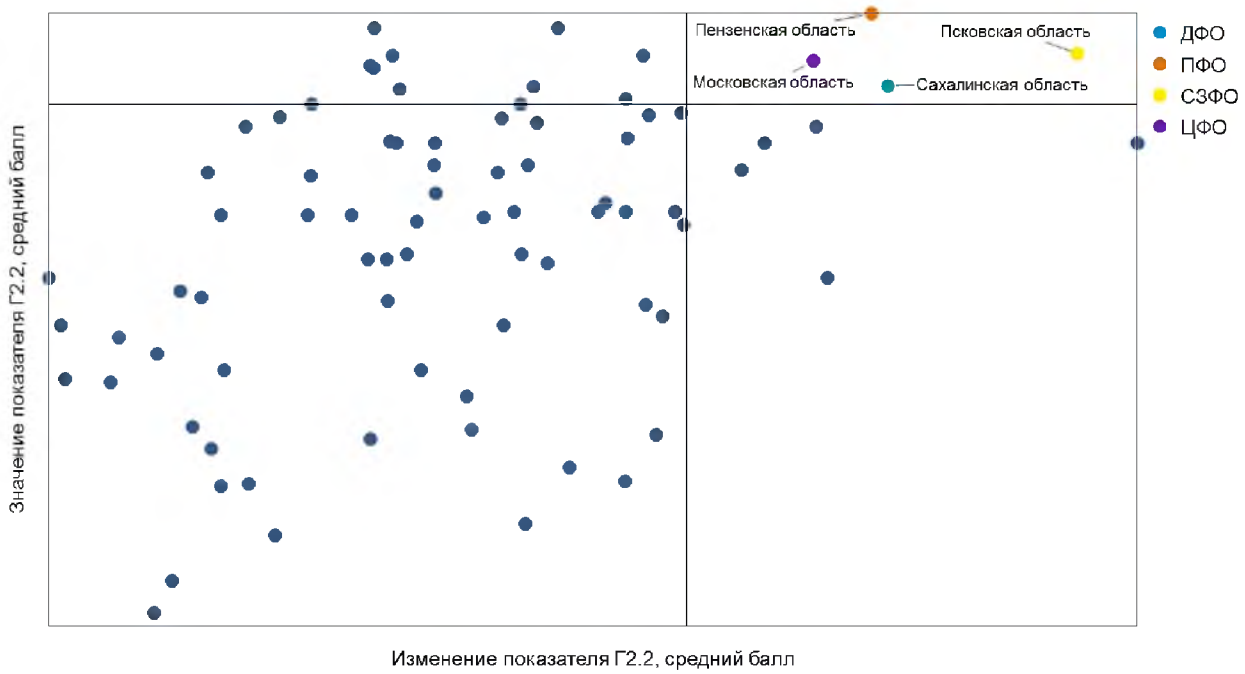


Рисунок 39 Анализ показателя Г2.2 «Информационный портал по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства»

Регионы с наивысшей оценкой информационного портала по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Псковская область, Сахалинская область, Пензенская область и Московская область.

Показатель Г2.4 «Оценка удовлетворенности получения консультационных и образовательных услуг, оказываемых организациями инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в регионе»

Показатель Г2.4 это оценка удовлетворенности по следующим критериям:

1) квалификация персонала;
2) доступность консультаций/образовательных программ;
3) объем (достаточность) предоставленной информации;
4) полнота информации об услугах;
5) удобство расположения мест предоставления консультационных/образовательных услуг
6) техническое оснащение мест предоставления консультационных/образовательных услуг;
7) обеспечение методическими и иными материалами мест предоставления консультационных/образовательных услуг;
8) практическая польза от полученной информации.

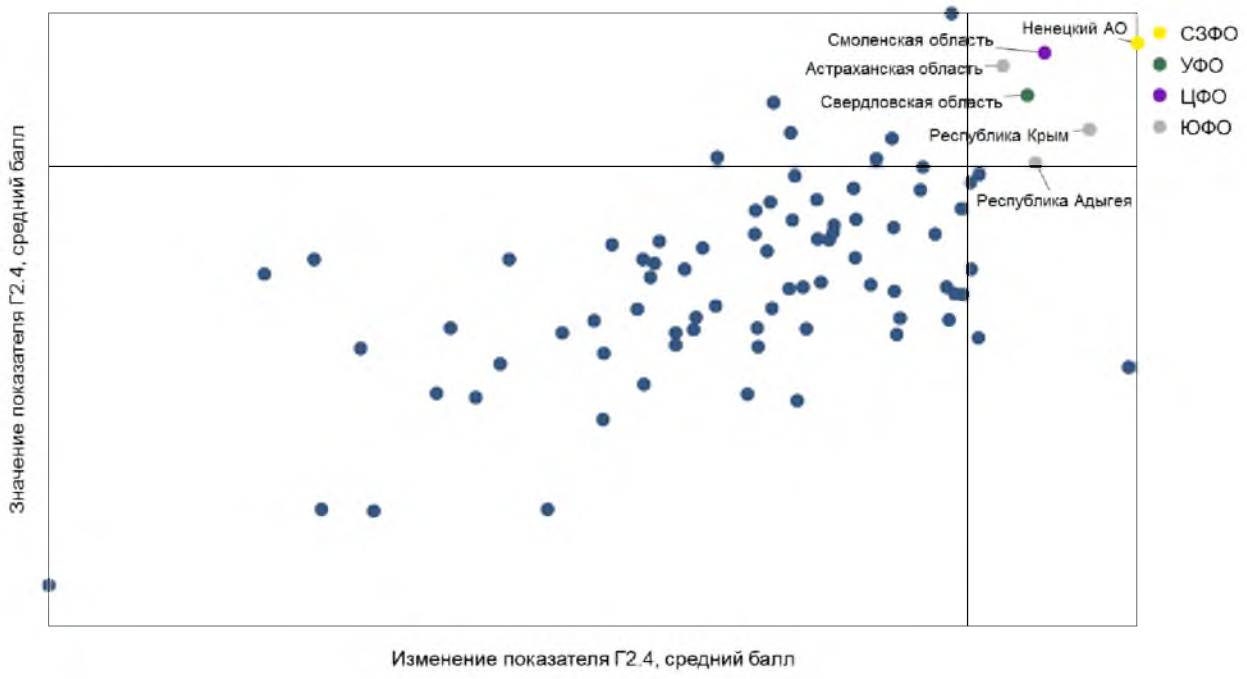


Рисунок 40 Анализ показателя Г2.4 «Оценка удовлетворенности получения консультационных и образовательных услуг, оказываемых организациями инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в регионе»

Регионы с наивысшей оценкой удовлетворенности получения консультационных и образовательных услуг, оказываемых организациями инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в регионе, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Ненецкий автономный округ, Республика Крым, Смоленская область, Республика Адыгея, Свердловская область и Астраханская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г2 «Качество организационной, инфраструктурной и информационной поддержки малого предпринимательства»

Любое государство заинтересовано в развитии предпринимательства.

Чаще всего интерес у местных властей вызывают небольшие компании, улучшающие экономическую ситуацию в отдельно взятом регионе, а предоставление им льгот и субсидий позволяет повысить спрос на продукцию и инвестиционную привлекательность региона. Однако должного развития государственная поддержка предприятий малого бизнеса не получила. Созданные ассоциации и фонды реальной помощи не оказывают. Для исправления ситуации предлагается: создание агентства по привлечению инвестиций; реорганизация Фонда поддержки предпринимательства в консультирующий центр по мерам поддержки предпринимательства; создание сети муниципальных центров поддержки предпринимательства; создание индустриальных

парков, коворкингов для бизнеса, IT и производственных инкубаторов; создание фонда поддержки экспортеров; создание управляющей компании, предоставляющей сервисную и имущественную поддержку субъектам малого предпринимательства; внедрение инструментов поддержки инновационных разработок на всех стадиях: от стартапа до крупных кластерных проектов.

Опыт показывает, что малое предпринимательство успешно развивается там, где функционирует действенная инфраструктура, которая позволяет получить доступ к факторам производства, деловым услугам и контактам. Для более эффективного использования ее возможностей выдвинуты следующие предложения:

– создание Центра поддержки предпринимательства, центра экспорта и центра инжиниринга для повышения качества консультационно-информационной поддержки бизнеса;

– реализация сервиса «Одно окно» на базе Центра поддержки предпринимательства;

– создание центра оперативной поддержки (call-центр);

– открытие коворкинг-центра и лектория;

– открытие удаленного рабочего место Банка МСП;

– запуск Школы инновационного мышления, бесплатных школ делового английского и программирования;

– проведение в онлайн-режиме заседаний Проектного офиса региона и совета по предпринимательству;

– повышение лимита поручительств для МСП из отдаленных районов.

Обеспеченность информационными ресурсами можно назвать основой ведения успешного бизнеса, повышения его эффективности. Это особенно актуально для малых предприятий, которые остро зависят от благоприятной конкурентной среды и экономичных способов продвижения своей продукции на рынке товаров и услуг. Предложения по повышению эффективности информационного портала для МСП:

– запуск нового или модернизация существующего бизнес-портала для МСП в соответствии с требованиями бизнеса;

– запуск нового сайта Фонда развития предпринимательства;

– размещение на региональном портале МСП информации об успешных практиках ведения предпринимательской деятельности в сферах производства, сельского хозяйства, туризма, предоставления услуг населению;

– создание электронной биржевой площадки – системы регистрации производителей и поставщиков товаров, документально подтвердивших качество производимой или поставляемой продукции;

– проведение форумов, конференций, семинаров для предпринимателей.

Фактор Г3 «Эффективность нефинансовой поддержки малого предпринимательства»

Среднее изменение фактора Г3 составило 1,6 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 64 регионов динамика изменения фактора положительная, у 21 - отрицательная. Данный фактор состоит из одного статистического и двух опросных показателей.

Показатель Г3.1 «Оценка необходимой для ведения бизнеса недвижимости»

Показатель Г3.1 оценивает удовлетворенность субъектов малого предпринимательства наличием и доступностью недвижимости (строений и земельных участков) для ведения бизнеса в субъекте Российской Федерации по критериям:

1) доступность качественной информации о недвижимости (или земельных участках) для бизнес-целей;

2) количество доступной недвижимости (или земельных участков) для бизнес-целей для покупки или аренды по приемлемой цене;

3) средняя цена недвижимости (или земельных участков) для бизнес-целей необходимого качества;

4) удобство расположения недвижимости (или земельных участков) для бизнес-целей необходимого качества.

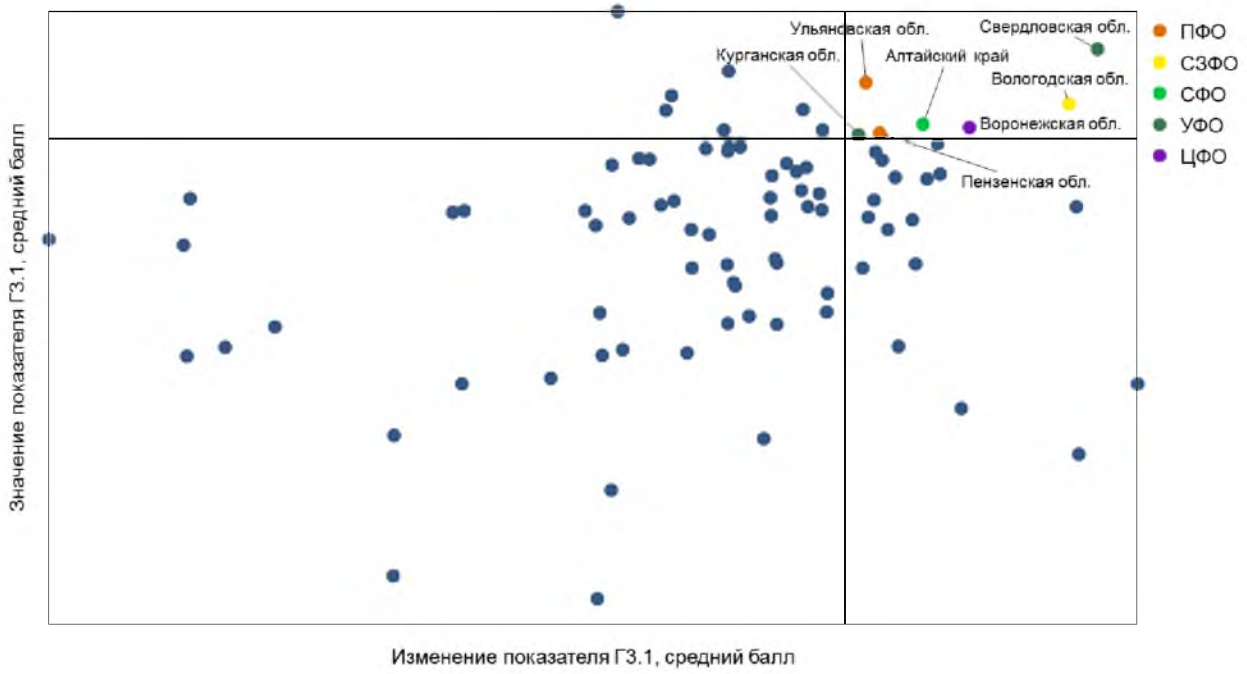


Рисунок 41 Анализ показателя Г3.1 «Оценка необходимой для ведения бизнеса недвижимости»

Регионы с наивысшей оценкой необходимой для ведения бизнеса недвижимости, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Свердловская область, Вологодская область, Ульяновская область, Алтайский край, Воронежская область, Курганская область и Пензенская область.

Показатель Г3.2 «Доля государственных и муниципальных контрактов с субъектами малого бизнеса в общей стоимости государственных и муниципальных контрактов»

Показатель Г3.2 – это доля заключенных контрактов с субъектами малого предпринимательства (по процедурам торгов и запросов котировок, проведенным для субъектов малого предпринимательства в контрактной системе) в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, в общей стоимости заключенных государственных и муниципальных контрактов в субъекте Российской Федерации.

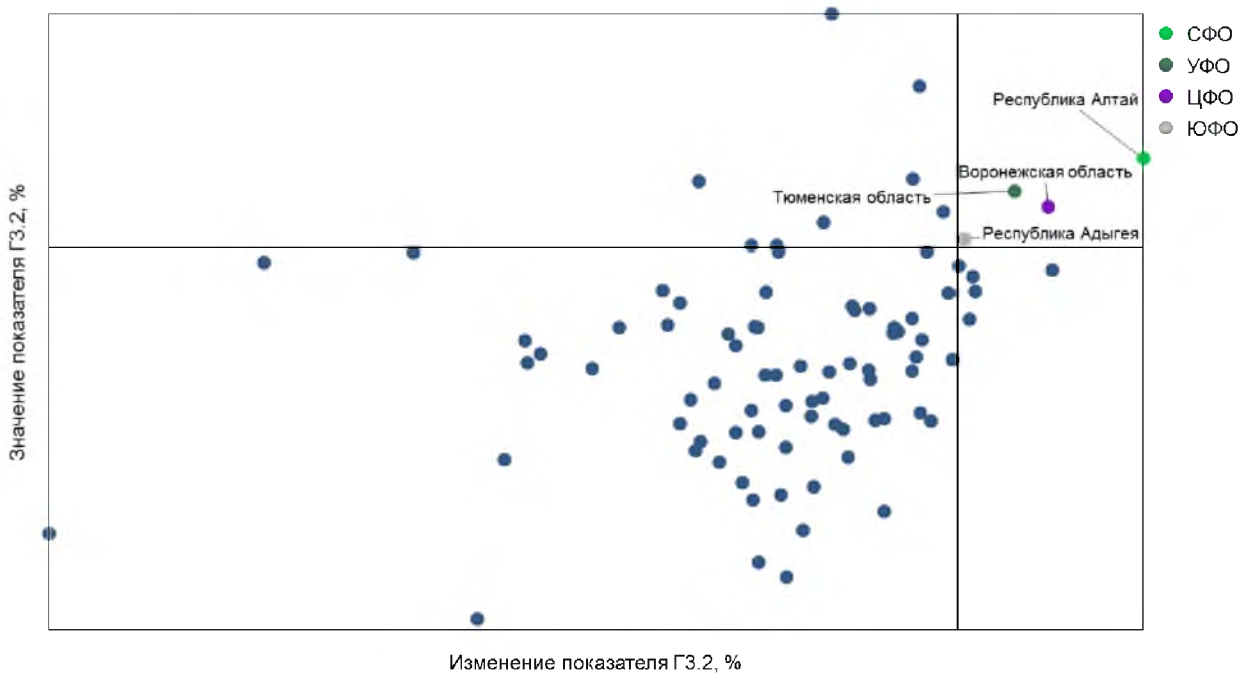


Рисунок 42 Анализ показателя Г3.2 «Доля государственных и муниципальных контрактов с субъектами малого бизнеса в общей стоимости государственных и муниципальных контрактов»

Регионы с наивысшей долей государственных и муниципальных контрактов с субъектами малого бизнеса в общей стоимости государственных и муниципальных контрактов, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой

доли по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Алтай, Воронежская область, Тюменская область и Республика Адыгея.

Показатель Г3.3 «Оценка процедур получения арендных площадей, предоставляемых регионом субъектам малого предпринимательства»

Показатель Г3.3 – это оценка удовлетворенности процедурами получения арендных площадей, предоставляемых регионом субъектам малого предпринимательства, по следующим критериям:

1) скорость процедур;
2) доступность участия;
3) понятность документооборота;
4) удобство организации процедур;
5) прозрачность процедур;
6) полнота информации о процедурах.

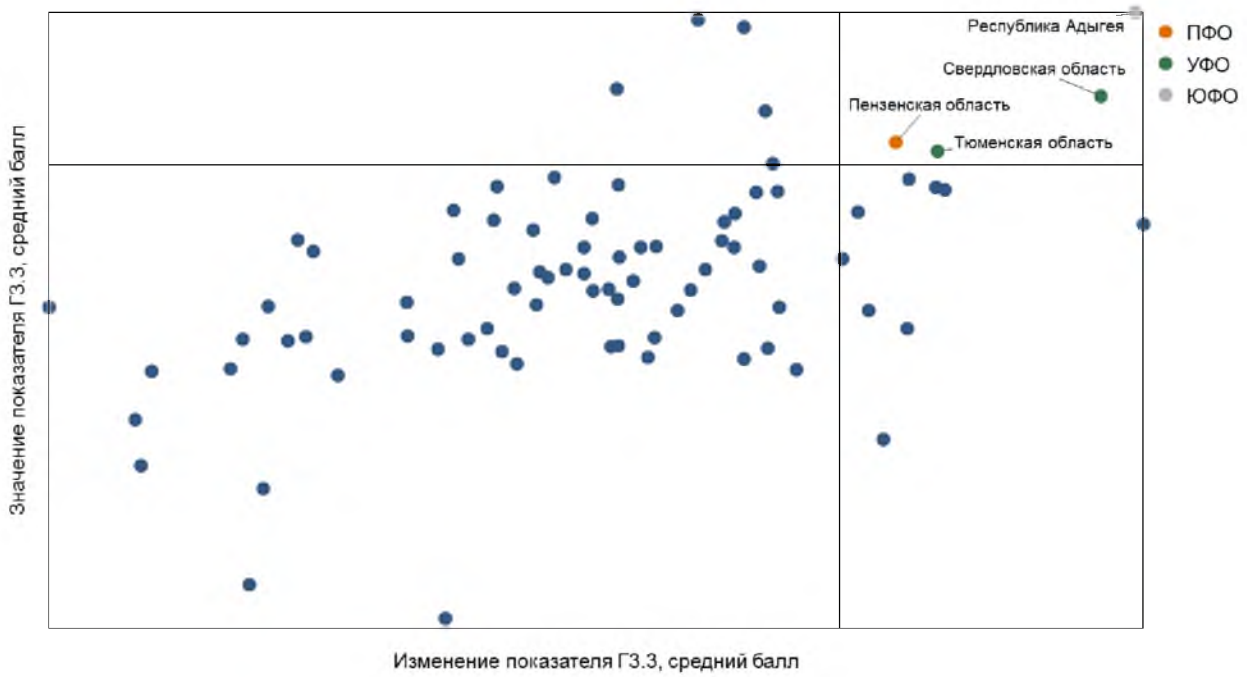


Рисунок 43 Анализ показателя Г3.3 «Оценка процедур получения арендных площадей, предоставляемых регионом субъектам малого предпринимательства»

Регионы с наивысшей оценкой процедур получения арендных площадей, предоставляемых регионом субъектам малого предпринимательства, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Республика Адыгея, Свердловская область, Тюменская область и Пензенская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г3 «Эффективность

нефинансовой поддержки малого предпринимательства»

Одной из системных проблем начинающих предпринимателей является отсутствие перспективных планов, ошибки в организации финансовой деятельности, неудовлетворительный бухгалтерский учет, проблемы в менеджменте, маркетинговой политике и многое другое. Для преодоления этих трудностей предлагается ряд мер нефинансовой поддержки, включая популяризацию предпринимательства; образовательные программы (в том числе для инновационных компаний) и направления на обучение молодых людей с целью стимулирования их на создание малых предприятий; создание и работу объектов инфраструктуры для малого бизнеса (техно- и промышленных парков, бизнес-инкубаторов, организаций поддержки в сфере инноваций и производства); организацию региональных гарантийных фондов по обязательствам субъектов малого бизнеса; развитие микрофинансирования. Следующие инициативы дают возможность расширить нефинансовую поддержку малого бизнеса:

– соглашение о передаче риелторами Правительству региона актуальных сведений о цене коммерческой недвижимости с последующим размещением в открытых источниках с целью возможности мониторинга рынка; проведение опроса субъектов малого предпринимательства, получивших площади в аренду, с целью выявления административных барьеров; формирование и дополнение реестров областного и муниципального недвижимого имущества для бизнеса; размещение в открытом доступе инвестиционных паспортов земельных участков; установление льготных условий при предоставления государственного имущества в пользование малым предприятиям и социально ориентированным некоммерческим организациям;

– создание автоматизированной системы государственного заказа; контроль объема закупок у субъектов малого предпринимательства через информационную систему «Госзаказ» региона;

– нормативное закрепление обязанности заказчиков при планировании закупок выделять не менее 35% закупок для малого предпринимательства; информирование государственных и муниципальных заказчиков о необходимости обеспечения осуществления закупок среди малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций в повышенных объемах (выше, чем установлено ФЗ);

– реализация специализированных программ обучения для предпринимателей, создание коворкинг-центра для работы, обучения, проведения мероприятий.

Фактор Г4 «Эффективность финансовой поддержки малого предпринимательства»

Среднее изменение фактора Г4 составляет 0,3 балла согласно динамике 85 регионов, участвующих в Национальном рейтинге в 2017 и 2018 годах; у 62 регионов динамика изменения фактора положительная, у 23 – отрицательная. Данный фактор состоит из одного показателя. Респондентами, ответы которых участвуют в расчете показателя, входящего в данный фактор, могут быть субъекты малого предпринимательства и индивидуальные предприниматели, отобранные методом случайной выборки и соответствующие одному из следующих критериев:

- респондент пытался получить кредит за последние 12 месяцев и получил;
- пытался получить кредит за последние 12 месяцев и не получил;
- не пытался получить кредит за последние 12 месяцев, но задумывался, изучал информацию.

Г4.1 «Удовлетворенность субъектов малого предпринимательства доступностью кредитных ресурсов в субъекте Российской Федерации»

Показатель Г4.1 «Удовлетворенность субъектов малого предпринимательства доступностью кредитных ресурсов в субъекте Российской Федерации» определяется как средний балл оценки всех респондентов по пятибалльной шкале по следующим критериям удовлетворенности:

1) величина процентной ставки кредита;
2) размер (в процентах от суммы кредита) и тип залога;
3) срок кредитования;
4) максимальный размер кредитования;
5) сроки рассмотрения заявки;
6) процесс оформления кредита.

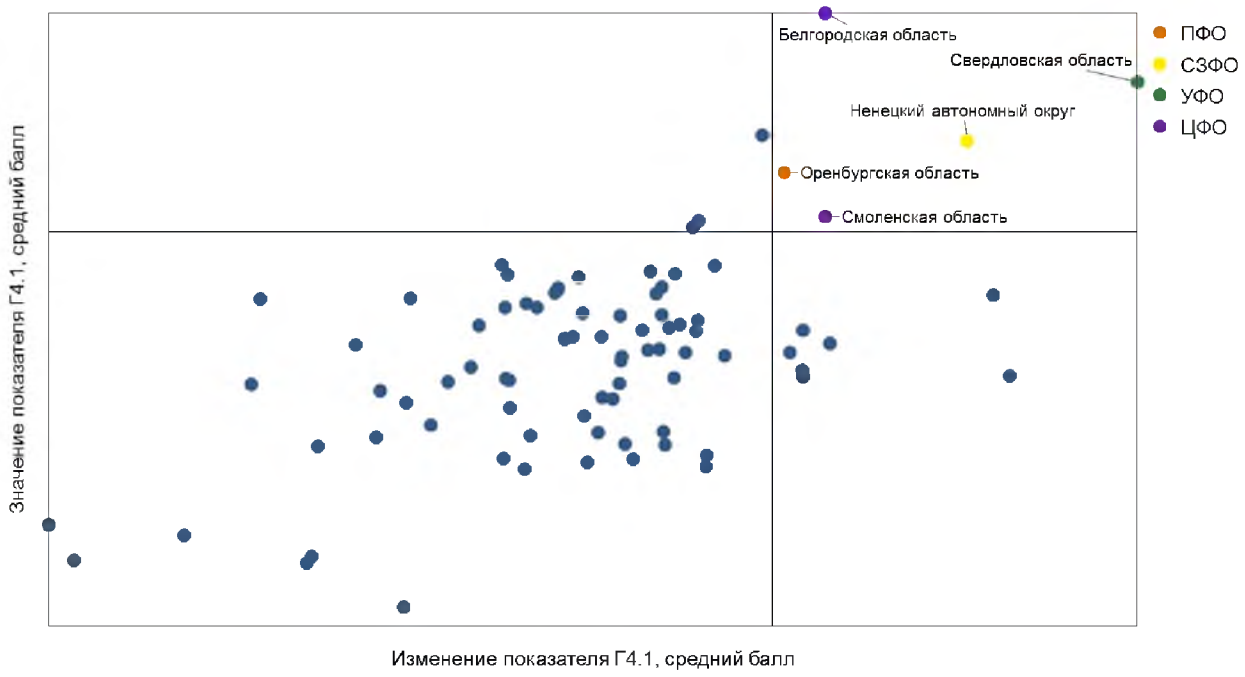


Рисунок 44 Анализ показателя Г4.1 «Удовлетворенность субъектов малого предпринимательства доступностью кредитных ресурсов в субъекте Российской Федерации»

Регионы с наивысшей оценкой удовлетворенностью субъектов малого предпринимательства доступностью кредитных ресурсов, которые одновременно продемонстрировали наибольшее увеличение этой оценки по сравнению с предыдущим периодом, это: Свердловская область, Ненецкий автономный округ, Белгородская область, Смоленская область и Оренбургская область.

Отмеченные регионами инструменты улучшения фактора Г4 «Эффективность финансовой поддержки малого предпринимательства»

Финансовая поддержка малого бизнеса государством осуществляется в виде финансирования субъектов предпринимательства, снижения налоговых выплат и установления льгот, возврата процентов по потребительским кредитам, субсидий для возмещения конкретных затрат, установления квоты на госзакупки у субъектов малого бизнеса и преимущественного права при госзакупках, предоставления аренды государственного имущества на льготных условиях, лояльной системы оформления отчетности и разрешительной документации и др. Кроме того, государство предоставляет такие виды поддержки, как гранты, гарантийные (выдача поручительств) и венчурные (поддержка науки) фонды.

Повышению эффективности финансовой поддержки могут способствовать следующие инициативы:

– проведение конкурса «Лучший инновационный проект» и выделение финансирования победителю;

– популяризация мер государственной поддержки субъектов предпринимательства в социальных сетях;

– проведение конкурсных отборов по востребованным мерам поддержки промышленных предприятий: возмещение части затрат на создание пилотной партии промышленной продукции и на реализацию инвестиционных проектов по модернизации и развитию промышленных предприятий;

– снижение средней ставки по кредитам;

– выдача поручительств для получения кредита в коммерческом банке;

– предоставление льгот по лизингу для инвестиционных проектов;

– сокращение сроков рассмотрения заявок на микрофинансирование, количества документов, отмена сбора за проверку, реализация программ лояльности для постоянных заёмщиков, сокращение ставок по микрозаймам;

– увеличение количества банков-партнеров регионального гарантийного фонда;

– представление отдельным сервисом геоинформационной системы — «Инвестиционная карта», позволяющей потенциальному инвестору найти подходящий проект или площадку, используя механизмы фильтрации и поиска в соответствии со своими предпочтениями;

– сопровождение инвесторов при получении федеральной поддержки в Корпорации МСП, ВЭБ, Фонде развития промышленности и т.д.

Лучшие практики, отмеченные регионами-лидерами в рамках сессии Петербургского международного экономического форума

Тюменская область

В Тюменской области работа по улучшению инвестиционного и предпринимательского климата ведется на постоянной и системной основе.

Для снижения административного давления на бизнес в Тюменской области проанализированы и систематизированы обязательные требования, предъявляемые при проведении 32 видов регионального контроля (надзора). Все эти требования размещены на официальном портале Правительства региона, их актуальность поддерживается. Также на портале размещены утвержденные проверочные листы по всем указанным видам контроля (надзора). На портале создана кнопка обратной связи, посредством которой подконтрольные субъекты могут задать проверяющему органу любой вопрос, возникающий в связи с применением обязательных требований или проверочных листов. Проверяющий орган обязан ответить в течение 15 дней.

Организовано публичное обсуждение правоприменительной практики как федеральных, так и региональных органов, осуществляющих контрольные и надзорные функции. На портале также размещена страница «Публичные обсуждения правоприменительной практики», на которой размещен сводный план-график ежеквартальных публичных обсуждений, а также бюллетени правоприменительной практики, опять же с возможностью «обратной связи» - направлением вопросов и получением оперативных ответов на них в течение 15 дней.

На всех встречах с инвесторами и предпринимателями публично заслушиваются их претензии к коллегам из органов и организаций, имеющих контрольно-надзорные функции, и через возможность такого диалога снимаются моменты, которые могут трактоваться как усиление давления. Этот принципиально новый формат взаимодействия позволяет не только услышать предложения со стороны бизнес–сообщества и общественности и своевременно рассмотреть возникающие проблемные моменты, но и найти варианты их решения в процессе прямого диалога.

В рамках совершенствования работы организационных механизмов поддержки бизнеса запущена процедура проведения регулярного мониторинга ключевых государственных и муниципальных услуг, а также услуг ресурсоснабжающих организаций, ориентированных на инвесторов и предпринимателей через механизм «Контрольных закупок». Этот механизм администрируют общественные объединения бизнеса «Деловая Россия» и «Опора России» при активном участии общественного представителя агентства в регионе. Все это осуществляется без малейшего вмешательства Правительства. Задача правительства – предоставить площадку для того чтобы одна стороны могла услышать другую и сделать правильные выводы. Результаты полученного мониторинга рассматриваются публично на Совете по улучшению инвестиционного климата, куда приглашаются СМИ, что помогло резко повысить качество ряда услуг для предпринимателей и инвесторов, так как проблема нередко скрывается и наличие публичных процедур проверки помогает эту тему высветить не только для пользователей услуг, но и для руководства самих органов и организаций.

В течение последних двух лет серьезное внимание уделяется развитию инфраструктуры для бизнеса.

По результатам изучения опыта строительства индустриальных парков в Российской Федерации, при создании 4 индустриальных парков за последние два года учитывалось все лучшее. Резидентам парков предлагается комплекс преимуществ: готовая площадка с подведенной инженерной инфраструктурой, за подключение к которой не взимается плата вообще. Свет, газ, вода, канализация и дорога до участка подведены для инвестора

бесплатно. Самая низкая в России арендная плата за участок (от 100 до 300 рублей за 1 Га в месяц), а также автоматические налоговые льготы по налогу на имущество и налогу на прибыль на основании подписанного соглашения о резидентстве. Кроме того, резиденту предоставляются субсидии на оборудование, приобретаемое через лизинг в объеме до половины стоимости самого оборудования и на возмещение части процентной ставки по кредитам.

Одним из приоритетных направлений деятельности по поддержке малого и среднего предпринимательства в 2017 году стало дополнение перечней государственного и муниципального имущества, предоставляемого в пользование субъектам малого и среднего предпринимательства.

По итогам 2017 года перечни имущества для предоставления субъектам малого и среднего предпринимательства в Тюменской области дополнены на 20% (при плановом показателе 10%). Проведена комплексная инвентаризация областного и муниципального имущества, а также бесхозяйного имущества, что позволило более эффективно перераспределить имущество, в том числе предоставить в пользование субъектам малого и среднего предпринимательства.

В Тюменской области используется принципиально новый подход к государственной поддержке инвестиционных проектов – «Фабрика проектов». Её смысл в комплексной системе оценки и поддержки проектов, заходящих на сопровождение и финансовую поддержку. Механизм ее действия таков: предприниматель обращается в единое окно на базе Инвестиционного Агентства Тюменской области с проектной инициативой и получает консультацию специалистов по финансированию дела (собственные средства, банки, федеральный и региональный фонды и виды господдержки). Формируется финансовая модель с учетом оптимальной схемы использования федеральных и региональных программ поддержки по принципу «одного окна». После подготовки финансовой модели проекта он отправляется в Экспертный совет при Инвестиционном агентстве на обсуждение. В случае положительного решения заключается соглашение и проект принимается на сопровождение. Проекту также оказывается организационная помощь, включая содействие по оформлению земельного участка, получению разрешения на строительство и т.д. С этого года все виды финансовой поддержки предпринимателей приведены к единому знаменателю – микрозаймы до 3 млн. рублей, инвестиционные займы до 50 млн. рублей на один проект и лизинг оборудования для создания нового производства на период до 5 лет, предоставляются под 3% годовых. Таким образом, унифицирована вся финансовая поддержка и доступ к ней.

Так же запущено и несколько образовательных проектов. В Школе инновационного мышления проходят регулярные лекции и выступления инноваторов, представителей всемирно известных компаний, экспертов в различных сферах, инвесторов. Выступления проходят с личным участием или через онлайн трансляцию с возможностью обратной связи. На эти мероприятия приглашается большое количество иногородних гостей, студентов.

В прошлом году стартовала бесплатная школа делового английского языка для предпринимателей. Ее задача давать в год твердый деловой английский 120 предпринимателям. Для лучших выпускников организована поездка в Кэмбридж на языковую стажировку. В этом году наряду со школой английского запущена школа китайского языка. Этот проект связан с решением задач по развитию экспорта.

Создан специальный проект для комплексного развития цифровой экономики. Его суть заключается в том, что за счет государства массово готовятся специалисты на базе как высших учебных заведений, так и специализированных курсов. План выпуска составляет порядка 2000 таких специалистов в год. Для малых компаний, работающих в ИТ сфере установили ставку УСН в 1% и снизили ставку налога на прибыль до 14%. Также субсидируется часть затрат на приобретение оборудования (суперкомпьютеры, серверное оборудование). Офисы для таких предприятий в Тюмени предоставляются по ставке 1 рубль за 1 метр квадратный. Чтобы обеспечивать такие компании персоналом сформировали единый банк данных квалифицированных программистов из других регионов, а также выпускников ВУЗов и курсов, готовых работать в IT-сфере.

Еще одно важное направление работы – это структурирование заказа, обеспечение доступа к потенциальным крупным заказчикам – государству, частному бизнесу, нефтегазовым компаниям.

В заключении стоит отметить, что внедрение перечисленных мероприятий не так дорого стоит, либо вообще не стоит ничего, но требует системности, четкой координации и администрирования.

Республика Татарстан

Первым шагом на пути снижения административного давления на бизнес стало проведение заседания Совета Безопасности под руководством Президента Республики Татарстан. По итогам заседания был выработан комплекс решений, направленных на снижение административных барьеров, оптимизацию взаимодействия предпринимателей с надзорными органами.

Среди приоритетных направлений были выделены:

– совершенствование механизмов обратной связи с предпринимательским сообществом;

– возможность введения предупреждений по отдельным видам административных правонарушений вместо наложения штрафных санкций,

– разработка предложений по совершенствованию системы мониторинга КНД-мероприятий.

Особое внимание было уделено расширению базы знаний предпринимателей на тему взаимодействия с надзорными органами, для этого в Республике разработан отдельный информационный интернет - ресурс «Проверенный бизнес» (сайт provbiz.ru), который представляет собой интерактивную площадку с практическими рекомендациями по прохождению проверок бизнеса, типовыми нарушениями и комментариями экспертов в области контроля и надзора.

Также качественные улучшения произошли в сфере регистрации прав собственности.

В Республике Татарстан выстроено взаимодействие Управления Росреестра с многофункциональными центрами (МФЦ) в учетно-регистрационной сфере, что способствует:

– увеличению количества линий приема документов;

– расширению возможности органов местного самоуправления по оказанию заявителям государственных услуг Росреестра в сфере недвижимости.

На конец 2017 года доля государственных услуг по государственной регистрации прав на недвижимость, предоставленных через МФЦ, составила 98,6%, что на 28,6% выше среднероссийского показателя.

Планомерно доказывает свою эффективность работа системы межведомственного взаимодействия. По факторам «Обеспечение межведомственного взаимодействия в электронном виде» по регистрации прав и кадастровому учёту на конец 2017 года Татарстан занял 7 место в Российской Федерации и 1 место в Приволжском Федеральном округе.

Отдельное направление, которому в Республике уделяется особое внимание – это создание сети многофункциональных центров для предпринимателей и повышение качества оказываемых в них услуг.

МФЦ для предпринимателей:

– открыты в 5 городах (Казань, Набережные Челны, Елабуга, Чистополь, Нижнекамск);

– оказывают более 190 видов услуг в режиме «одного окна».

В 2017 году услугами МФЦ в Республике для бизнеса воспользовались более 6 000 субъектов МСП, которым было оказано более 13 тысяч услуг.

Кроме того, «Фондом поддержки предпринимательства Республики Татарстан» совместно с ПАО «Сбербанк» в Казани создан новый МФЦ для бизнеса - «Дом предпринимателя», где сосредоточены МФЦ для бизнеса, сервисы для предпринимателей и профильный учебный центр. Цель реализации таких проектов – минимизировать временные затраты предпринимателей при доступе к информации, услугам и государственной поддержке.

В Республике ведется активная работа в части повышения эффективности процедур по выдаче разрешений на строительство:

– на сегодняшний день разработаны правила землепользования и застройки всех городских округов и городских поселений республики;

– обеспечен доступ к услугам по выдаче разрешений на строительство, проведению государственной экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий в электронном виде.

На портале государственных и муниципальных услуг Республики Татарстан функционирует сервис по оказанию муниципальной услуги «Выдача разрешения на строительство» для муниципального образования г.Казани.

Уже многие годы большое внимание в Республике уделяется созданию инфраструктуры для привлечения инвесторов. Известные проекты:

– особая экономическая зона «Алабуга», на долю которой сегодня приходится более 60% промышленного производства всех аналогичных экономических зон страны (в качестве резидентов привлечено 56 компаний, промышленно-производственную деятельность осуществляют 23 резидента),

– особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Иннополис», которая призвана стать новым современным российским центром информационно-коммуникационных технологий, где разрабатываются и коммерциализируются лучшие инновационные решения (на начало 2018 года резидентами ОЭЗ «Иннополис» являются 61 компания с общим заявленным объемом инвестиций около 11 млрд.рублей).

При этом одним из новых направлений развития региона стало создание территории опережающего социально-экономического развития (далее - ТОСЭР) «Набережные Челны», закрепленное постановлением Правительства Российской Федерации от 28.01.2016 № 44.

На сегодняшний день в ТОСЭР «Набережные Челны» зарегистрирован 21 резидент, произведены 3,6 млрд рублей капитальных вложений (без НДС) и создано около 1800 новых рабочих мест. Правительство Российской Федерации поддержало инициативу и

приняло решение о создании ТОСЭР на территории моногородов Нижнекамск, Чистополь и Зеленодольск.

Вполне осуществимый путь улучшить инвестиционный климат – это обеспечить на конкретной выделенной территории максимально комфортные условия для создания и развития новых производств. С данной задачей отлично справляются промышленные площадки муниципального уровня, на сегодняшний день в Республике действует уже 63 такие площадки. На них осуществляют деятельность 442 резидента, создано 8,1 тыс. рабочих мест. Объем отгруженной продукции резидентами по итогам 2017 года составляет 21,8 млрд рублей.

К 2020 году число подобных площадок должно достигнуть 100.

Инициатива Республики Татарстан по возможности поддержки не только крупных промышленных парков, но и промышленных площадок муниципального уровня, создание которых позволяет развивать небольшие территории, была принята и на федеральном уровне.

Наряду с развитием инфраструктуры для бизнеса в Республике продолжается реализация мероприятий государственной финансовой, имущественной и консультационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Ульяновская область

Основная задача Ульяновской области — создать понятную, достаточно простую институциональную среду, установить предсказуемые и постоянные правила взаимоотношений бизнеса с государством и обществом.

Решение этой задачи осуществляется в ежедневном режиме, выделены приоритеты и принципы, которым необходимо следовать.

Во-первых, это реализация мероприятий нефинансовой поддержки предпринимательства.

Здесь главный элемент - работа по встраиванию субъектов МСП в цепочки поставщиков крупных компаний, в том числе с иностранным участием. С этой целью запущен проект «Сделано в Ульяновской области», в рамках которого осуществляется:

1) ежегодная актуализация каталога региональных производителей товаров и услуг «Сделано в Ульяновской области», включающего информацию о более чем 900 компаниях области;

2) проведение дважды в год в рамках форумов контрактных бирж по взаимодействию малого бизнеса и крупных региональных промышленных предприятий,

что позволяет наладить сотрудничество с крупными компаниями, а также расширить рынок сбыта продукции.

Итогом стали заключенные и возможные контракты на сумму более 100 млн руб., отобраные региональные производители – потенциальные контрагенты таких компаний с иностранным участием, как «Schaeffler» (немецкая компания) и «Сен-Гобен» (французская компания).

Вторым направлением создания условий для реализации товаров ульяновских предприятий является организация реверсных бизнес-миссий (байерских туров) ведущих импортеров продукции из зарубежных государств. В 2017 году впервые организована «реверсная» бизнес-миссия в Ульяновскую область крупнейших импортеров из 7 стран мира - КНР, Вьетнама, Армении, Грузии, Казахстана, Ирана и Беларуси. В ходе мероприятия состоялось порядка 120 встреч B2B. Это позволило ульяновским компаниям-участникам заключить 22 экспортных контракта на сумму свыше 3,5 млн. долларов.

Благодаря достигнутым результатам данная практика включена АО «РЭЦ» в региональный стандарт экспортной деятельности и с 2018 года она будет внедряться во всех регионах-участниках пилотного проекта АО «РЭЦ».

Во-вторых, это особое внимание контрольно-надзорным процедурам.

В 2017 г. создан единый информационный портал контрольно-надзорной деятельности, на котором предприниматели получили возможность самостоятельно пройти предварительную проверку соблюдения требований законодательства с помощью электронного инспектора. Сервис получил одобрение предпринимателей, так как повышает прозрачность предстоящей проверки и позволяет самостоятельно выявить и снизить количество возможных нарушений, а также штрафов за их совершение.

По итогам реализации комплекса мероприятий можно говорить о снижении более чем в 2 раза административного давления на бизнес по региональным видам государственного контроля по итогам 2017 года.

В-третьих, это упрощение процедур за счет создания специализированных МФЦ для бизнеса. С этой целью все сервисы, необходимые бизнесу: от лицензирования, предоставления земельного участка до подключения к инженерной инфраструктуре (газоснабжение, электроснабжение, водоотведение), включая предоставление консультаций по формированию пакета необходимых документов и формирование заявок, собраны на одной площадке 6-этажного комплекса, что позволяет снизить сроки предоставления услуг. Центр сформирован на базе Корпорации развития предпринимательства Ульяновской области, которая фактически включает в себя все компетенции инфраструктуры поддержки предпринимательства (развитие экспорта,

обучение и популяризация предпринимательства, микрофинансовые услуги и поручительства по кредитным договорам, МФЦБ, промышленные займы, лизинг и пр.).

В-четвёртых, это внимание отдельным услугам, наиболее затрудняющим бизнес-процессы, например, постановке на кадастровый учет.

Введена практика проведения рейтингов кадастровых инженеров с учетом критериев качества и сроков выполнения кадастровых работ, в т.ч. количества приостановок и отказов в осуществлении государственного кадастрового учета объектов недвижимого имущества. Рейтинг направляется в общественные объединения и многофункциональные центры для широкого ознакомления предпринимателей и оказания помощи при выборе кадастрового инженера.

Кроме того, Управлением Росреестра по Ульяновской области совместно с органами государственной власти и органами местного самоуправления организовано проведение обучающих семинаров для кадастровых инженеров с целью разбора типовых ошибок при подготовке документов по постановке на государственный кадастровый учет объектов недвижимого имущества.

Практика формирования рейтингов кадастровых инженеров с расширением их компетенций значительно усиливает мотивацию и ведет к повышению качества кадастровой деятельности и комфортности ведения бизнеса.

Белгородская область

В Белгородской области для обеспечения альтернативной экономики в сельских территориях был инициирован проект под условным названием «500/10000», который предусматривает создание на селе небольших промышленных предприятий с общей численностью занятых около 10 тысяч человек. Данная инициатива принадлежит крупным и средним промышленным предприятиям, а крупные агрохолдинги, в свою очередь, взяли на себя роль интеграторов в создании сельских кооперативов.

Реализация этого проекта направлена прежде всего на создание благоприятных социальных условий и сокращение оттока населения из сельских поселений.

В областном бюджете предусмотрено 100 млн рублей в форме субсидий, которые будут предоставляться участникам проекта «500/10 000» на возмещение части затрат, связанных с приобретением оборудования в целях создания производства товаров (работ, услуг). Правила предоставления субсидий утверждены постановлением Правительства Белгородской области от 28 декабря 2017 года № 499-пп.

Кроме того, участникам проекта определены государственные преференции в виде предоставления земельных участков, находящихся в государственной собственности

Белгородской области, без торгов со сниженным размером арендной платы 0,01% от кадастровой стоимости земельного участка.

В настоящее время портфель бизнес-проектов сельских территорий содержит 296 бизнес-идей с созданием более 2,1 тыс. рабочих мест и объемом инвестиций в указанные проекты свыше 5,7 млрд рублей.

Предложения по распространению данного подхода по всей территории Российской Федерации направлены в Минэкономразвития России в составе Единого плана по улучшению инвестиционного климата.

Также в Белгородской области функционирует областной межведомственный координационный совет при Губернаторе области по защите интересов субъектов малого и среднего предпринимательства, развитию конкуренции и улучшению инвестиционного климата, утвержденный постановлением Губернатора Белгородской области от 11 сентября 2008 года № 110 (ред. 05.09.2017). Более 50% состава совета - это представители бизнес-объединений и предпринимательского сообщества.

План работы Координационного совета на соответствующий год формируется по предложениям членов совета и представителей бизнес-сообщества.

В соответствии с Планом в 2017 году рассмотрены такие вопросы, как внедрение в Белгородской области целевых моделей улучшения условий ведения бизнеса, реализация Стандарта развития конкуренции, применение риск-ориентированного подхода при организации федерального и регионального государственного контроля - надзора, о работе муниципалитетов с инструментами государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, об организации совместных рейдов по выявлению незаконного оборота лекарственных средств для ветеринарного применения, об итогах реализации мероприятий в рамках объявленного в 2017 году «Года качества» и другие.

По предложениям предпринимателей области в план работы совета на 2018 год включены вопросы об обеспечении населения сельских территорий высокоскоростным (широкополосным) доступом к сети Интернет, о развитии торговой деятельности на территории Белгородской области, в том числе об увеличении количества сетевых торговых предприятий.

Планы работы Координационного Совета, протоколы заседаний Совета, информация о работе Совета за соответствующий год публикуются на Инвестиционном портале Белгородской области www.belgorodinvest.com.

Для повышения качества поддержки МСП департаментом экономического развития Белгородской области проводится мониторинг лучших региональных и муниципальных практик, а также мер государственной поддержки.

В целях популяризации предпринимательской деятельности и достижения субъектами МСП значимых экономических результатов, а также содействия развитию предпринимательской инициативы, в области реализован проект «Электронная библиотека лучших предпринимательских практик», в рамках которого на официальном сайте МФК Белгородского областного фонда поддержки малого и среднего предпринимательства создана электронная база лучших практик субъектов МСП области, содержащая информацию о хозяйствующих субъектах, осуществляющих деятельность в сферах производства, сельского хозяйства, туризма, предоставления услуг населению.

Для реализации проекта разработаны и внедрены критерии определения лучших проектов субъектов малого и среднего предпринимательства области; шаблон карточек проектов/практик.

В настоящее время в электронной базе размещены 52 лучшие предпринимательские практики субъектов предпринимательства, в том числе:

- 19 практик субъектов МСП, получивших господдержку в 2016 году;
- 16 практик по итогам областного конкурса «Предприниматель года – 2016»;
- 9 практик по итогам областного смотра предприятий общественного питания;
- 8 практик по итогам конкурса «Лидеры Туриндустрии».

Уделяется внимание и повышению эффективности процедур постановки на кадастровый учет. В учетно-регистрационной сфере еженедельно проводится анализ причин приостановлений и отказов. По результатам проведенного анализа предпринимаются меры с целью снижения роста приостановлений (отказов) путем направления разъяснительных писем, устных консультаций, межведомственных совещаний.

В целях обеспечения качественного приема документов заявителей Управлением Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Белгородской области осуществлялся сбор, обобщение информации об ошибках, допускаемых специалистами МФЦ при приеме документов на государственный кадастровый учет и (или) государственную регистрацию прав, мониторинг проблемных вопросов, возникающих при обработке документов, контроль соблюдения требований к документам, представляемым заявителями при обращении за государственной услугой Росреестра в МФЦ. По результатам мониторинга в МФЦ еженедельно направлялась сводная информация по делам, в которых обнаружены ошибки, с указанием фамилий сотрудников МФЦ.

По результатам проведенных мероприятий Управлению удалось сократить долю принятых решений о приостановлении и отказов в учетно-регистрационной сфере.

Кроме того, приказом Управления Росреестра по Белгородской области от 16 октября 2017 года № 173/91 создана рабочая группа при участии представителей ФГБУ «ФКП Росреестра» по Белгородской области с целью ежемесячного совместного обсуждения с кадастровыми инженерами вопросов осуществления кадастровой деятельности.

К основным задачам Рабочей группы относятся:

- выявление и обобщение ошибок, наиболее часто допускаемых кадастровыми инженерами при осуществлении кадастровой деятельности, в том числе посредством проверки межевых, технических планов, а также актов местоположения границ земельных участков, на основании которых проведен государственный кадастровый учет (учет изменений) сведений, содержащихся в ЕГРН;

- систематическое доведение до сведения кадастровых инженеров информации об ошибках, допущенных ими при подготовке документов, посредством проведения рабочих встреч и ведением консультационной работы;

- улучшение качества документов, подготовленных кадастровыми инженерами, посредством проведения лекций, семинаров;

- сокращение количества вынесенных государственными регистраторами прав решений о приостановлении (отказе) учетных действий в связи с ошибками, допущенными кадастровыми инженерами при осуществлении кадастровой деятельности;

- анализ принятых решений о приостановлении (отказе) государственного кадастрового учета или одновременной процедуры государственного кадастрового учета и государственной регистрации права;

- взаимодействие с саморегулируемыми организациями кадастровых инженеров.

Санкт-Петербург

Санкт-Петербург проводит активную работу по улучшению условий ведения бизнеса и снижению административных барьеров, постоянно находясь в прямом контакте с предпринимателями по всем направлениям деятельности, выявляя проблемные вопросы и вырабатывая совместно с бизнесом пути их решения.

В целом, институционально, система управления изменениями в сфере предпринимательского и инвестиционного климата в Санкт-Петербурге сформирована таким образом, чтобы достичь полномасштабного охвата всех направлений деятельности бизнес-сообщества.

В целях обеспечения согласованных действий органов власти по улучшению условий ведения бизнеса и снижению административных барьеров под руководством Губернатора Санкт-Петербурга регулярно проводятся заседания Штаба по улучшению

условий ведения бизнеса в Санкт-Петербурге (далее – Штаб), который сформирован из числа руководителей органов государственной власти и представителей деловых сообществ.

При Штабе созданы рабочие группы, по таким направлениям как: строительство, энергетика, инвестиции, предпринимательство, таможенное администрирование, поддержка экспорта. В настоящее время формируется новая рабочая группа по отношениям собственности. К работе групп привлекаются специалисты- практики, что позволяет всесторонне анализировать существующие препятствия ведения бизнеса в городе и принимать своевременные меры по их устранению.

Перед каждой рабочей группой поставлены конкретные задачи по сокращению временных и финансовых издержек при прохождении предпринимателями административных процедур в различных сферах, а также по выработке предложений на федеральном и региональном уровнях по оптимизации внешних условий функционирования бизнеса.

В качестве одного из примеров лучшей практики реализации совместных с бизнесом инициатив можно отметить создание в Санкт-Петербурге электронного портала промышленной недвижимости (http://industry.property-fund.ru/), который был создан с целью оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в части поиска помещений для размещения производств. Сегодня портал представляет собой современный информационный продукт, содержащий информацию о городских и частных земельных участках, зданиях, помещениях, имеющих избыточные площади и инженерные мощности производственного назначения. Любой предприниматель имеет возможность зайти на портал и подобрать подходящее для его деятельности помещение, что значительно снижает временные и финансовые затраты бизнеса.

Площадкой для рассмотрения ключевых вопросов формирования инвестиционного климата в части рассмотрения и утверждения перспективных инвестиционных проектов в нашем городе является Совет по инвестициям при Губернаторе Санкт-Петербурга. В прошлом году на Совете было рассмотрено 15 проектов с общей суммой планируемых инвестиций 81 млрд рублей, что свидетельствует о росте инвестиционной привлекательности Санкт-Петербурга.

Кроме того, на Совете по инвестициям обязательно рассматриваются вопросы совершенствования инвестиционного законодательства с целью привлечения инвесторов к обсуждению нововведений, а также повышения их информированности в части проводимых реформ.

Благодаря принимаемым мерам в 2017 году общий объем инвестиций в Санкт-Петербурге составил 658,5 млрд рублей, что на 13% больше показателя 2016 года по состоянию на отчетную дату.

В прошлом году Санкт-Петербург проводил (и продолжает проводить) активную работу по реализации приоритетной программы «Реформа контрольной и надзорной деятельности», что позволило улучшить ситуацию в части снижения административного давления на бизнес.

На заседаниях Штаба регулярно рассматриваются вопросы о снижении количества нецелесообразных проверок бизнеса, а также о сокращении видов регионального контроля и надзора. В результате удалось структурировать эту деятельность и на 10% сократить виды регионального контроля и надзора. По итогам принимаемых в Санкт-Петербурге мер и с учетом внедрения риск-ориентированного подхода при формировании Планов проверок на 2018 год общее число плановых проверок бизнеса по сравнению с прошлым годом сократилось на 16,1%.

В дальнейшем работа в этом направлении будет продолжена в рамках созданной в Санкт-Петербурге межведомственной рабочей группы, включающей представителей как региональных, так и территориальных подразделений федеральных контрольно-надзорных органов. Это позволит расширить масштаб проводимой в городе реформы и достичь более серьезных результатов по снижению давления на бизнес.

Что касается улучшений в сфере строительства, то в большей степени они связаны с созданием и внедрением в Санкт-Петербурге Единой системы строительного комплекса Санкт-Петербурга (далее – ЕССК). Это один из самых ярких примеров эффективного совместного с бизнесом решения вопросов в сфере строительства. Инициатором создания ЕССК был бизнес, и на каждой стадии внедрения застройщики принимали активное участие в тестировании ее функционала.

Система представляет собой единое информационное пространство для взаимодействия застройщиков с органами власти и ресурсоснабжающими организациями в части получения услуг в сфере строительства.

Сегодня все основные строительные процедуры (47) можно пройти в электронном виде. При этом застройщики получили возможность в личном кабинете контролировать сроки рассмотрения заявок на предоставление данных услуг, а руководители органов власти на рабочем месте могут проводить мониторинг всех, связанных с этим, процессов. По отдельным процедурам в ЕССК сроки сократились на 30%.

Необходимо отметить, что оператором системы является Администрация Губернатора Санкт-Петербурга, что позволяет оперативно анализировать процессы и своевременно принимать необходимые решения.

Для предоставления очных консультаций предпринимателям и застройщикам в прошлом году были также открыты несколько специализированных центров в формате «одного окна».

Большой вклад в улучшение ситуации в строительной сфере оказывает рабочая группа «Улучшение предпринимательского климата в сфере строительства» при Штабе по улучшению условий ведения бизнеса в Санкт-Петербурге. На ежемесячных заседаниях представители строительного бизнеса совместно с органами власти обсуждают актуальные вопросы развития строительной отрасли и вырабатывают концептуальные решения по совершенствованию действующих порядков. Так, например, в конце прошлого года группой были подготовлены предложения по внесению изменений в 214 федеральный закон в части пересмотра принципов долевого строительства. Предложения от имени Губернатора Санкт-Петербурга были направлены в федеральный центр и сегодня они уже рассматриваются в Совете Федерации.

Также Санкт-Петербург выступил одним из инициаторов проекта по переводу всех услуг ресурсоснабжающих организаций в электронный вид. В прошлом году вышло постановление Правительства РФ о запуске данного пилотного проекта в трех регионах (Санкт-Петербург, Москва и Московская область), и сегодня разрабатывается специальный интеграционный модуль в ЕССК для реализации проекта. Планируется, что в 2019 году застройщики получат возможность в электронном виде подавать единую заявку на подключение ко всем видам инженерных сетей.

В части самих строительных процедур можно отметить, что в Санкт-Петербурге введен упрощенный порядок согласования работ при строительстве объектов инженерной инфраструктуры, а также отменена процедура получения ордера на проведение земляных работ в случаях получения разрешения на строительство. Эти меры значительно сократили время на получение разрешительной документации.

Приложение 3

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Исследовательский отчет

РВК

ИНСТИТУТ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

2019

УДК 332.143+ 001.895
ББК 65.049
С 693

Авторский коллектив:
Евгений Антонов, Александр Аузан, Виктор Брызгалин, Владислав Вороненко, Антон Золотов, Елена Никишина, Надежда Припузова, Сергей Трухачев

Социокультурные факторы инновационной активности населения [исследовательский отчет] / Антонов Е.В., Аузан А.А., Брызгалин В.А., Вороненко В.А., Золотов А.В., Никишина Е.Н., Припузова Н.А., Трухачев С.А. – Москва: Институт национальных проектов; Российская венчурная компания, 2019. — 124 стр. — ISBN 978-5-6043949-0-8 [электронное издание].

Исследование посвящено анализу социокультурных факторов инновационной активности населения России. Проанализированы социокультурные особенности населения 10 регионов: Калужской области, Красноярского края, Москвы, Новгородской области, Республики Саха (Якутия), Республики Северная Осетия – Алания, Республики Татарстан, Ростовской области, Ульяновской области и Челябинской области.

В исследовательском отчете рассмотрена готовность людей к потреблению инновационных продуктов и к участию в их производстве. Анализируется социокультурный профиль регионов (в т.ч. по методологии Гирта Хофстеде), отношение населения к отдельным технологиям Национальной технологической инициативы и программы «Цифровая экономика», а также к предпринимательской деятельности.

Рекомендации, приведенные в отчете, могут использоваться при принятии управленческих решений органами исполнительной власти Российской Федерации, образовательными и исследовательскими организациями, а также технологическими компаниями для развития инноваций и реализации Национальной технологической инициативы.

УДК 332.143+ 001.895
ББК 65.049

Отчет подготовлен Институтом национальных проектов (ИНП, www.inp.ru) в рамках проекта «Лонгитюдное исследование социокультурных факторов инновационной активности населения», реализованного по заказу АО «РВК».

ISBN 978-5-6043949-0-8

© АО «РВК», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение ... 4
Ключевые выводы исследования ... 5

I. Об исследовании ... 9
1. Как устроено исследование ... 10

II. Социокультурные факторы инновационного развития регионов ... 18
2. Готовность к изменениям: социокультурные предпосылки в российских регионах ... 21
3. Ближе, чем кажется: регионы с преимущественно русскоязычным населением ... 30
4. Развитие с опорой на идентичность: Якутия и Татарстан ... 42
5. Старт с низкой базы: Северная Осетия ... 52

III. Технологический оптимизм: восприятие населением новейших технологий ... 58
6. Сначала доверие институтам, затем — технологиям ... 61
7. Кто готов быть покупателем новых технологий? ... 70
8. Кейс: медицинские технологии ... 79
9. Кейс: беспилотный транспорт ... 91

IV. Установки по отношению к предпринимательству (в том числе технологическому) ... 98
10. «Умный, целеустремленный, честный»: предпринимательство — привлекательный карьерный трек? ... 101
11. Обучение предпринимательству: кого, чему и как учить? ... 117

ВВЕДЕНИЕ

На инновационное развитие воздействуют не только технологические, но и социально-экономические факторы. К ним можно отнести текущее состояние экономики и инновационной системы, качество институциональной среды, степень соответствия нормативного регулирования быстро развивающимся технологиям и др. Важный фактор технологического развития — качество человеческого капитала, а также социокультурные особенности населения. Распространенные в обществе ценности и поведенческие установки влияют на экономическое поведение, в т.ч. на отношение людей к предпринимательству, к новым технологиям (особенно непривычным: например, беспилотному транспорту). Поскольку социокультурные факторы могут как ограничивать, так и стимулировать технологическое развитие, важно учитывать их при реализации инновационной политики.

В Стратегии развития АО «РВК» на 2017–2030 гг. зафиксированы разрывы в количественных параметрах между российским венчурным рынком и венчурными рынками развитых зарубежных стран. Они связаны с условиями правовой среды, развитием системы трансфера технологического задела в инновации, качеством информационной среды венчурного рынка, текущими ожиданиями инвесторов относительно перспектив экономического развития Российской Федерации, а также с факторами социокультурной среды. Социокультурный разрыв — проявляющийся в том числе в готовности населения заниматься предпринимательством — признан в Стратегии одним из наиболее серьезных.

Цель исследования — оценка влияния социокультурных факторов (социокультурных особенностей населения) на инновационный потенциал регионов Российской Федерации, включая потенциал реализации Национальной технологической инициативы (НТИ) и потенциал реализации «гуманитарных» проектов АО «РВК». Представленные результаты будут содействовать преодолению ограничений социокультурной среды, обозначенных в Стратегии АО «РВК».

Для достижения цели решались следующие задачи:

1. Проведение исследования ценностей жителей России по методике Гирта Хофстеде по 10 регионам Российской Федерации (включая семь регионов, участвующих в реализации НТИ).
2. Проведение исследования отношения людей к технологиям и потенциальным продуктам Национальной технологической инициативы и программы «Цифровая экономика» (ЦЭ).
3. Проведение исследования отношения студентов высших учебных заведений к технологическому предпринимательству, включая оценку влияния образовательных курсов, разработанных при участии АО «РВК».

Учет выявленных социокультурных особенностей позволит институтам развития и руководству субъектов федерации повысить эффективность мер по поддержке инновационного развития и распространения технологий Национальной технологической инициативы и программы «Цифровая экономика».

Отчет включает в себя разделы «Социокультурные факторы инновационного развития регионов», «Технологический оптимизм: восприятие населением новейших технологий», «Установки по отношению к предпринимательству (в том числе технологическому)». В 10 главах, составляющих три этих раздела, представлены полученные исследовательские результаты. В конце каждой главы приводятся рекомендации, которые могут использоваться при принятии управленческих решений, в том числе в рамках осуществления мероприятий НТИ на региональном уровне[1].

Авторский коллектив: Евгений Антонов, Александр Аузан, Виктор Брызгалин, Владислав Вороненко, Антон Золотов, Елена Никишина, Надежда Припузова, Сергей Трухачев.

Авторы благодарят экспертов и респондентов, принявших участие в опросах, глубинных интервью и фокус-группах, компанию АО «РВК» (и лично Михаила Антонова, Алексея Гусева, Анну Степину, Анну Кузьмину — за активное обсуждение результатов, а Алексея Гусева — еще и за написание введений к разделам), компанию «Ipsos Comcon» (и лично Алексея Прянишникова, Сергея Антоняна — за проведение количественного опроса и фокус-групп), администрации вузов, внедряющих курс по технологическому предпринимательству АО «РВК», и студентов, участвовавших в опросе, а также Асию Бахтигараеву, Анну Богданову, Степана Земцова, Наталью Зубаревич, Александру Ставинскую, Даниила Ситкевича, Андрея Таршина за обсуждение концептуальной рамки и результатов исследования.

1 Например, для разработки и реализации дорожных карт и соглашений об информационном, консультационном и образовательном партнерстве в интересах развития НТИ с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, образовательными/исследовательскими организациями/технологическими компаниями для стимулирования развития технологических инноваций и реализации Национальной технологической инициативы.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ[2]

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ОПТИМИЗМ: ВОСПРИЯТИЕ НАСЕЛЕНИЕМ НОВЕЙШИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Одной из задач исследования было изучение отношения населения России к технологиям, представленным в дорожных картах Национальной технологической инициативы (далее — НТИ)[3].

При отборе технологий для исследования использовались следующие критерии:

- возможность использования технологии/продукта массовой аудиторией (например, поэтому из опроса исключались технологии, относящиеся к цифровизации промышленности или энергетики);
- вероятное неоднозначное отношение людей к технологии/продукту (в силу «чувствительности» области применения или воздействия на привычные практики);
- возможность международного сравнения отношения к технологиям/продуктам (т.е. вопросы о восприятии таких технологий должны включаться в анкеты исследований, проводимых в других странах[4]).

На основании этих критериев для исследования были отобраны следующие группы технологий: беспилотный транспорт (включая доставку с помощью дронов), искусственный интеллект и роботизация в медицине, нейропротезирование, дистанционная диагностика, производство искусственного мяса. Кроме того, задавались более общие вопросы об отношении к робототехнике и искусственному интеллекту в целом, об отношении к научно-технологическому прогрессу. Также была выявлена связь отношения населения к технологиям с другими значимыми характеристиками — например, с уровнем институционального доверия.

В рамках исследования изучается уровень технологического оптимизма, который является совокупностью установок населения по отношению к технологиям (или группам технологий), которые уже начинают внедряться в повседневную практику или имеют достаточную степень технологической зрелости для внедрения[5]. Мы считаем, что определение уровня технологического оптимизма способствует прогнозированию реакции общества на внедрение новых технологий. Определение уровня технологического оптимизма может стать важным вспомогательным инструментом корректировки и адаптации технологической политики. Например, если выявлено негативное отношение населения к использованию биотехнологий в пищевом производстве, это может быть сигналом для корректировки мер государственной поддержки в адрес указанной группы технологий.

В ходе анализа отношения населения к указанным технологиям были получены следующие ключевые выводы:

1. Общий уровень технологического оптимизма россиян можно охарактеризовать в диапазоне от «настороженного» до «умеренно позитивного». Так, отношение россиян к роботам и искусственному интеллекту в целом умеренно позитивное — 54% россиян относятся к ним положительно. Это лишь незначительно ниже среднеевропейского: в ЕС положительное отношение зафиксировано у 61% респондентов.
2. Уровень технологического оптимизма в отношении конкретных технологий значительно варьируется. Из рассмотренных технологий наиболее спокойно россияне будут чувствовать себя при получении товаров дроном или роботом (54%). Отношение к технологиям, от которых прямо зависит жизнь и здоровье людей (например, связанные с роботизированным хирургическим вмешательством, нейропротезированием), более настороженное. Наименьший оптимизм выявлен в отношении технологии производства синтетического мяса — всего 17% декларируют спокойное отношение к этой технологии.
3. Выявлена корреляция технологического оптимизма с различными формами социального доверия. Так, доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной) является

---

2 Рекомендации на основе выводов представлены в соответствующих главах под заголовком «Что из этого следует».

3 Подробнее о программе см. в разделе II и на сайте http://www.nti2035.ru/. АО «РВК», по заказу которого было проведено исследование, является проектным офисом Национальной технологической инициативы.

4 Например, в Евробарометр (https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm).

5 Уровень готовности технологий (Technology Readiness Level, TRL) от 7 до 9 уровня.

одним из наиболее значимых факторов доверия к новым технологиям: те, кто больше доверяют власти, чаще чувствуют себя спокойно при пользовании новыми технологиями. Возможно, причиной является большая уверенность в качественном выполнении государством функций регулятора и «гаранта» безопасности при использовании новых технологий (контроль соблюдения регламентов, лицензирование и т.д.).

4. Россияне чаще доверяют государственным органам власти и научно-образовательным учреждениям как агентам внедрения инноваций и реже — частным компаниям. Эффект проявляется ярче для технологий ежедневного пользования и технологий, в которых фактор безопасности пользователя выходит на первое место (например, беспилотный общественный транспорт). Так, при массовом внедрении беспилотного общественного транспорта в среднем по 10 регионам государственным органам власти и научно-образовательным учреждениям доверяют 38% и 37% опрошенных соответственно, частным компаниям — 16%. Жители крупных городов чаще доверяют частным компаниям и научно-образовательным учреждениям, жители малых городов — государственным органам власти. Это можно учитывать при разработке стратегий по внедрению новых технологий.
5. Боязнь «человеческого фактора», низкое доверие специалистам (например, медицинским работникам) могут повышать спрос на новые технологии, способные заменить человека, в особенности связанные с автоматизацией и роботизацией: потребители будут использовать их в надежде на получение услуги более высокого качества.
6. Технологические «новаторы» (люди, уверенно ощущающие себя при использовании технологий) встречаются во всех социально-демографических группах и во всех типах населенных пунктов — их доля варьируется от 17% среди людей старше 60 лет до 45% среди людей в возрасте от 18 до 30 лет. Различия между регионами по отношению к технологиям незначительные, исключения — более настороженное отношение к технологиям в Северной Осетии и более положительное отношение к дистанционной медицине в Якутии.
7. Социокультурные факторы (по сравнению с социально-демографическими) играют ведущую роль в предсказании вероятности попадания человека в группу потенциальных «новаторов» или «покупателей-первопроходцев» (early adopters) — людей, положительно относящихся к роботам и искусственному интеллекту и готовых пробовать новые товары. На попадание в группу положительно влияют восприятие новых ситуаций как несущих новые возможности, доверие научно-исследовательским организациям, длинный горизонт планирования, обобщенное доверие, индивидуализм. Отрицательным влиянием обладает уровень религиозности респондента.
8. Россияне настороженно относятся к передаче персональных данных о здоровье и образе жизни: 49% опрошенных не готовы разрешить доступ к этим данным даже своему лечащему врачу[6], 28% не готовы делиться такими данными в принципе.
9. В ходе исследования отношения россиян к технологиям в области медицины было обнаружено:
   a. 40% россиян чувствовали бы себя спокойно[7] при пользовании медицинскими услугами и постановке диагноза искусственным интеллектом, 39% при проведении операции роботом, 37% — при вживлении чипа для восстановления слуха. Тем не менее эти результаты схожи с аналогичными данными для стран-лидеров инновационного развития;
   b. отношение людей старших возрастов и молодых поколений к медицинским технологиям практически не отличается. Например, 39% людей старше 60 лет заявили, что спокойно чувствовали бы себя при проведении операции роботом-хирургом и при получении медицинских услуг удаленно. Для возрастной группы 18–30 лет показатели составили 44% и 38% соответственно. Возможное объяснение феномена — с возрастом люди предъявляют больший спрос на медицинские услуги, чаще взаимодействуют с медицинскими учреждениями и более осведомлены о способах их работы. Люди старших возрастов являются перспективной группой поддержки внедрения медицинских технологий.
10. В ходе исследования отношения россиян к технологиям беспилотного транспорта было обнаружено:
    a. 35% россиян чувствовали бы себя спокойно в качестве пассажира беспилотного автомобиля, 33% — в качестве пассажира беспилотного автобуса;
    b. чем старше человек, тем при прочих равных условиях более настороженно он или она относится к беспилотным автобусам (для беспилотных автомобилей подобной зависимости нет). Женщины относятся к технологии беспилотного автомобиля с большей настороженностью, чем мужчины. Размер населенного пункта положительно связан с отношением к беспилотному автобусу, но не связан с отношением к беспилотному автомобилю.

Несмотря на то что в отношении многих технологий (кроме доставки товаров дронами) негативные ответы встречались чаще, чем позитивные, мы предварительно оцениваем текущий уровень технологического оптимизма как достаточный для появления первых пользователей технологий («новаторов»). На следующем этапе с появлением соответствующих рыночных решений и нормативно-правовой базы они ускорят распространение технологий среди менее активных пользователей. Это относится к технологиям как в области медицины, так и беспилотного транспорта.

---

6 Вопрос о том, знают ли респонденты, кому уже передаются личные данные в соответствии с действующим законодательством и практикой работы медицинских учреждений, не задавался.

7 Формулировка «насколько спокойно вы себя чувствуете при...» является стандартной для международных исследований, таких как «Евробарометр», и поэтому была воспроизведена в анкете нашего опроса.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Одна из гипотез исследования состояла в том, что эффективность технологической и инновационной политики на региональном уровне может в том числе объясняться различием социокультурных особенностей российских регионов и ценностей, характерных для населения каждого из них[8]. Для исследования были отобраны 10 регионов, соответствующих различным типам социально-экономического развития: Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область и Челябинская область.

В ходе анализа социокультурных факторов инновационной активности регионов России были получены следующие ключевые выводы:

1. Несмотря на отличающийся уровень социально-экономического развития регионов РФ, в социокультурном плане у жителей исследованных регионов РФ общего больше, чем различий. По показателям, оцененным по методике Гирта Хофстеде, наибольший разброс между регионами наблюдается для индивидуализма, избегания неопределенности и дистанции власти[9]. Профиль Москвы практически не отличается от профилей других крупных городов исследования: столица испытывает те же социокультурные ограничения и обладает теми же социокультурными возможностями.
2. Одной из «точек опоры» инновационной и технологической политики на региональном уровне может стать открытость населения к новому. Для 79% респондентов важно предлагать новые идеи, для 65% важно разнообразие в жизни, не менее 61% в регионах исследования считает, что новые ситуации могут давать новые возможности.
3. Исследование подтвердило на количественных данных феномен страха неудачи как одного из основных сдерживающих социокультурных факторов инновационного развития в России. 54% опрошенных считают, что не стоит начинать собственный бизнес, если существует риск его провала, что превышает показатели стран-лидеров инновационного развития (28% в США).
4. Возможные «точки опоры» инновационной и технологической политики в Калужской области, Красноярского края, Москвы, Новгородской области, Ростовской области, Ульяновской области, Челябинской области по сравнению с другими регионами исследования — относительно высокие значения индивидуализма (готовности действовать самостоятельно) и более позитивное отношение к новым продуктам. Основные социокультурные препятствия для инновационного развития в данных регионах — сравнительно высокое значение дистанции власти, сравнительно низкое доверие региональным и муниципальным властям (за исключением Москвы) и более сдержанное отношение к предпринимательству.
5. Возможные «точки опоры» для инновационного развития Республики Татарстан и Республики Саха (Якутия) — сравнительно низкая дистанция власти, сравнительно высокие предпринимательские намерения и доверие региональным и местным властям (для Якутии также характерно сравнительно высокое доверие научно-образовательным организациям). Экспертные интервью показывают значительные перспективы инновационного развития в обоих регионах (не только в Татарстане, одном из лидеров инновационного развития, но и в Якутии, регионе с более «ресурсной» моделью экономики). Основное социокультурное препятствие для инновационного развития Татарстана — сравнительно высокий уровень коллективизма местного населения. Основное препятствие для развития Якутии — социокультурная разобщенность районов Республики.
6. Возможные «точки опоры» для инновационного развития республики Северная Осетия — Алания — сравнительно высокие предпринимательские намерения, символическая ценность образования и расширенная семья. Основные социокультурные препятствия — сравнительно высокий коллективизм, сравнительно низкая долгосрочная ориентация и более настороженное отношение к новым технологиям.

Каждый из регионов, в которых было проведено исследование, представляет определенный тип социально-экономического развития. Полученные выводы могут быть актуальны для других субъектов, хотя и потребуют дополнительной верификации. Например, мы можем предположить, что сравнительно высокие предпринимательские намерения, выявленные в Северной Осетии, могут быть свойственны другим северокавказским регионам с относительно высокой долей молодого населения и экономикой аграрно-индустриального типа, что контрастирует с традиционным «фокусом внимания» на развитии предпринимательства в крупных городах. Однако вопрос о трансформации потенциала в развитие инноваций и технологического предпринимательства требует дополнительной проработки.

УСТАНОВКИ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ (В ТОМ ЧИСЛЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ)

В ходе анализа отношения населения к предпринимательству были получены следующие ключевые выводы:

8 Анализ социокультурных факторов проводился по методологии Г. Хофстеде [Hofstede, 2001]. Подробнее — в главе 1 «Как устроено исследование».

9 Подробное описание каждой из социокультурных характеристик представлено в главе 1 «Как устроено исследование».

1. Большинство россиян положительно относится к предпринимательству: 83% опрошенных считают, что предпринимательство — хороший карьерный выбор, 63% — посоветовали бы своему ребенку развивать собственное дело, а не работать наемным работником в существующей организации, в среднем 30% по 10 регионам исследования заявили о планах организовать новый бизнес в течение ближайших трех лет. Предприниматели и бизнесмены характеризуются респондентами как «умные», «целеустремленные» и «честные».
2. Респонденты полагают, что отношение к карьере предпринимателя в обществе более скептичное, чем оно есть на самом деле. 83% россиян старше 18 лет считают предпринимательство хорошим карьерным выбором, но только 66% согласны, что такого же мнения придерживаются остальные россияне. Стереотип о непривлекательности карьеры предпринимателя в обществе особенно распространен среди людей с высшим образованием и жителей крупных городов.
3. Женщины реже мужчин планируют открытие собственного дела: о наличии планов по открытию бизнеса в ближайшие три года заявили 44% мужчин и 18% женщин. При этом женщины чаще мужчин положительно относятся к фигуре предпринимателя и к предпринимательству как карьере.
4. Более половины россиян в разных регионах считают, что недостаток знаний и умений является препятствием для открытия собственного дела. Образовательные программы в области предпринимательства востребованы как для действующих, так и для потенциальных предпринимателей (в том числе школьников и студентов).
5. Студенты вузов положительно оценивают введение курсов по технологическому предпринимательству. 54% опрошенных студентов полагают, что предпринимательству можно научиться. Более 60% считают нужным ввести в вузах на естественно-научных и технических направлениях обязательное обучение технологическому предпринимательству.

Полученные результаты, выводы и рекомендации могут быть использованы для разработки и адаптации мер инновационного развития в регионах, для распространения технологий, разрабатываемых в рамках Национальной технологической инициативы и других государственных программ, нацеленных на научно-технологическое развитие[10]. На основании исследовательской модели может быть разработана методика анализа социокультурных факторов на уровне региона РФ в контексте технологического и инновационного развития. Универсальность подхода и его методологическая целостность (включая — при условии соблюдения методики — сопоставимость уже собранных данных и данных, которые потенциально можно было бы собирать в будущем) позволит точнее определять драйверы и барьеры инновационного развития в конкретном регионе.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет. Фокус-группы были проведены компанией «Ipsos-Comcon».

10 Дополнительным способом усиления мер по поддержке инновационного развития и распространения технологий НТИ (в т.ч. предлагаемых в этом отчете) является экспериментальная проверка их эффективности. Использование экспериментальных методов позволяет выявлять «чистые» эффекты от реализации существующих и предлагаемых мер и программ. Данная задача не ставилась в рамках настоящего исследования и может быть реализована отдельно.

I. Об исследовании

1. КАК УСТРОЕНО ИССЛЕДОВАНИЕ

Определение факторов инновационной активности в регионах Российской Федерации обычно исходит из необходимости их оценки по двум компонентам: условий для генерации инноваций (предложения инноваций) и для их внедрения на территории региона (спроса на инновации).

Среди факторов спроса и предложения[1] можно выделить следующие группы. Это группа факторов, связанных с трудовыми ресурсами и человеческим капиталом (фактор труда); группа факторов, характеризующих текущее состояние экономики и инновационной системы (фактор капитала); группа факторов среды проживания населения, обеспечивающих воспроизводство человеческого капитала (фактор среды). В последние десятилетия также выделяется еще одна группа факторов, которая включает в себя неформальные институты, связанные с ценностями и поведенческими установками, разделяемыми (со)обществом и медленно меняющимися во времени. Это социокультурные факторы.

Авторы исследования в своей более ранней обзорной работе [Аузан и др., 2017], сфокусированной на роли социокультурных факторов в инновационном экономическом развитии России и имплементации реформ, давали обзор работ, показывающих существование связей между социокультурной спецификой общества и эффективностью работы формальных институтов [Alesina, Giuliano, 2015], качеством государственного управления [Licht et al., 2007], инновационным развитием [Shane, 1992; 1995], интенсивностью межстрановой торговли и уровнем прямых иностранных инвестиций [Ghemawat, 2001; Tang, 2012; Tadesse, White, 2010], эффективностью различных систем корпоративного управления [Hofstede, 2001; Trompenaars, 2012], экономическим ростом [Guiso et al., 2006; Gorodnichenko, Roland, 2011b], успешностью модернизаций [Berger, Hsiao, 1988].

В Стратегии развития АО «РВК» на 2017–2030 гг. зафиксировано, что наибольшие различия между количественными параметрами российского венчурного рынка и венчурных рынков развитых зарубежных стран связаны с условиями социокультурной среды. Такой «социокультурный разрыв» может влиять как на спрос на инновации [Meade, Islam, 2006], так и на их предложение [Davidsson, Wiklund, 1997].

Международные исследования показывают, что определенные социокультурные особенности стимулируют инновационную активность и содействуют развитию венчурного рынка [Shane, 1993; Herbig, Miller, 1993; Waarts, Van, 2005]. Это низкое избегание неопределенности, высокий индивидуализм, высокое обобщенное доверие, низкая дистанция власти, высокая долгосрочная ориентация. Из перечисленных пяти особенностей для российского социокультурного профиля свойственна только одна — высокая долгосрочная ориентация[2].

Воздействие социокультурных факторов на экономические процессы происходит как вследствие их влияния на предпочтения и специфические конкурентные преимущества [Beuglsdijk, Maseland, 2014, 87, Shane, 1993], так и в силу характера соотношения с существующими формальными институтами (сонаправленности или противоречия) [Fisman, Miguel, 2006].

При исследовании влияния социокультурных факторов на экономические результаты одним из основных вопросов является выявление причинно-следственных связей. Ценности и поведенческие установки[3] (наряду с прочими факторами) воздействуют на экономическое развитие [Guiso et al., 2016]. В свою очередь, экономические процессы также могут влиять на существующие в обществе ценности и поведенческие установки [Alesina, Giuliano, 2015].

Современные научные техники (эпидемиологический подход, метод инструментальных переменных, экспериментальный подход и т.д.) позволяют доказать причинно-следственную связь между социокультурными факторами и экономическим развитием [Guiso et al., 2016; Algan, Cahuc, 2010; Becker et al., 2016; Hruschka et al., 2014; Gächter, Schulz, 2016].

В условиях существенного культурного разнообразия и с учетом протяженности территории России социокультурные особенности отдельных регионов могут

1 Факторы предложения инноваций подробно рассматривались в работах [Тамбовцев, 2018; Zemtsov et al. 2016]. Факторы спроса на инновации рассматривались в работе [Meade, Islam, 2006].

2 Важно подчеркнуть, что долгосрочная ориентация по Хофстеде не тождественна длинному горизонту планирования. Первое понятие характеризует готовность людей адаптировать прошлый опыт к вызовам будущего, второе же понятие характеризует период, на который такие цели ставятся. Для российского общества характерна долгосрочная ориентация по Хофстеде при коротком горизонте планирования.

3 Под ценностями понимаются «социально одобряемые и разделяемые большинством людей убеждения относительно целей, к которым необходимо стремиться» [Смелзер, 1994], под установками — «психологическая готовность в определенных условиях действовать определенным образом» [Кондаков, 2000]. Социокультурные факторы влияют на набор привычек, навыков и стилей, из которых формируется стратегия действий человека [Тамбовцев, 2018]. При этом поведение человека — результат взаимодействия социокультурных факторов и внешних факторов (в т.ч. стимулов).

служить драйверами и, наоборот, становиться барьерами при внедрении новых технологий и формировании новых технологических рынков. Однако социокультурный фактор — далеко не единственный и не детерминирующий фактор инновационного развития [Аузан, 2017, Тамбовцев, 2018].

Существующий массив исследований [см., например: Тамбовцев, 2018; Li, Zahra, 2012; Waarts, Everdingen, 2005] показывает, что влияние социокультурного фактора на инновационный процесс и предпринимательскую активность не столь велико, как влияние факторов труда, человеческого капитала, состояния экономики и среды проживания. Кроме того, воздействие социокультурного фактора растянуто во времени [см., например: Земцов, Баринова, 2016], поскольку действие соответствующих неформальных институтов нередко опосредовано, а их изменение возможно, как правило, в средне- и долгосрочном периодах. Тем не менее социокультурные факторы — это своего рода маленькая «гиря» на весах, которая способна склонить чашу в одну или другую сторону. Неиспользование этой «гири», т.е. неучет социокультурных факторов, может привести к недоиспользованию инновационного потенциала или даже торможению инновационного развития.

Социокультурные факторы (ценности и поведенческие установки) влияют как на сторону предложения инноваций, так и на сторону спроса. Например, представители более индивидуалистичных культур чаще готовы предлагать свои собственные решения, что положительно влияет на патентную активность (сторона предложения) [Chen et al, 2017]. «Индивидуалисты» также чаще готовы ориентироваться на собственные потребности и мнение, что определяет более высокую долю потребителей-новаторов при распространении технологии на рынке (сторона спроса) [Van den Bulte & Stremersch, 2004].

Данное исследование строилось по трем направлениям, соответствующим трем задачам (см. введение), и включало в себя:

1. Анализ социокультурных факторов инновационной активности регионов России (Раздел II).
2. Анализ отношения населения к ряду технологий и продуктов в рамках реализации Национальной технологической инициативы и программы «Цифровая экономика» (Раздел III).
3. Анализ отношения населения к предпринимательству (в т.ч. технологическому), а также влияния образовательных курсов, разработанных при участии АО «РВК», на отношение к предпринимательству и предпринимательские компетенции (Раздел IV).

В 2016 г. коллективом АНО Московской высшей школой социально-экономической наук (МВШСЭН)[4] по заказу АО «РВК» было проведено исследование по 10 регионам РФ, цель которого состояла в оценке влияния социально-культурных и социально-экономических факторов на инновационное развитие и инновационный потенциал регионов. Регионы исследования: Краснодарский край, Ленинградская область, Москва (без Московской области), Нижегородская область, Республика Дагестан, Республика Татарстан, Свердловская область, Хабаровский край, Ярославская область.

Текущее исследование является концептуальным продолжением работы 2016 г., однако использует скорректированную методологию, соответствующую исследованиям последних лет и актуальным целям АО «РВК».

Социокультурные факторы инновационной активности регионов России

Данное направление включает в себя исследование социокультурных оснований инновационного развития России и регионов. Для выявления характера влияния социокультурных факторов (ценностей и поведенческих установок) на инновационную активность населения и диагностирования социокультурного разрыва исследуется:

- социокультурный профиль отобранных регионов (по методике Хофстеде)[5]: Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область;
- специфика обобщенного и институционального доверия;
- поведенческие установки, связанные с различными аспектами инновационной активности (со стороны предложения инноваций и со стороны спроса на них).

Для анализа ценностного профиля населения используется методика Гирта Хофстеде, описавшего культурные профили 40 стран на основе опроса сотрудников компании «IBM» в 1980 гг. Последующие исследования, использующие методику Хофстеде, позволили накопить данные по 103 странам. Методика измеряет шесть социокультурных характеристик обществ: дистанцию власти, индивидуализм, напористость, избегание неопределенности, долгосрочную ориентацию, гедонизм (рабочие определения характеристик даны в Глоссарии [Hofstede, 2001]). Изначально методика Хофстеде предполагала использование гомогенной выборки — максимально схожих между собой респондентов в разных странах (например, служащих одной международной компании) — для выявления различий, обусловленных прежде всего культурными характеристиками (а не сферой деятельности, уровнем образования и др.). Однако исследования последних лет все чаще опираются на репрезентативные — на уровне стран или регионов — выборки, поскольку репрезентативные выборки дают больше возможностей для анализа данных (в т.ч. в отдельных социально-демографических разрезах) [Minkov, 2018; Rajh, Budak, Anić, 2016]. В ходе данного исследования использовалась анкета из методики Г Хофстеде (values survey module, VSM) 2013 г., данные собирались на репрезентативных выборках.

Для проверки устойчивости результатов в ходе анализа использовались также вопросы, сходные по смыслу с показателями Г. Хофстеде (в т.ч. отдельные вопросы из методики Ш. Шварца (власть, стимуляция, самостоятельность, безопасность)).

Отношение населения к ряду технологий и продуктов в рамках реализации Национальной технологической инициативы и программы «Цифровая экономика»

Для выбора технологий и продуктов НТИ/ЦЭ были использованы следующие критерии:

- возможность использования технологии/продукта массовой аудиторией;

4 Исследование поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ. Исследование проведено коллективом АНО «Московской школы социально-экономических наук» по заказу АО «РВК» при поддержке ЦСР в 2016 г. (https://www.rvc.ru/upload/iblock/0e8/attitudes_to_technologies_and_innovations_in_Russia.pdf).

5 Подробнее о методике расчета характеристик Хофстеде см. далее.

- вероятное неоднозначное отношение людей к технологии/продукту (в силу «чувствительности» области применения или воздействия на привычные практики);
- технология/продукт присутствует в повестке НТИ и/или ЦЭ.

Указанные критерии позволили выделить следующие инновационные технологии и продукты НТИ и ЦЭ для тестирования отношения к ним населения исследуемых регионов:

1. В области медицины и здравоохранения:
   a. роботизированные хирургические операции;
   b. телемедицина;
   c. диагностика на основе медицинских анализов с помощью искусственного интеллекта;
   d. нейропротезирование.
2. В области транспорта и логистики:
   a. курьерская доставка с помощью беспилотных летательных аппаратов (дронов) или роботов;
   b. беспилотный общественный транспорт;
   c. беспилотные автомобили.
3. В области пищевого производства:
   a. производство искусственного мяса.

В связи с перечисленными продуктами и технологиями НТИ и ЦЭ, отобранными для тестирования, возникает вопрос о готовности их будущих пользователей делиться своими персональными данными с различными агентами (в т.ч. с врачом, медицинскими учреждениями и т.д.). Соответствующий вопрос также задавался в исследовании.

Отношение населения к предпринимательству (в т.ч. технологическому), а также влияние образовательных курсов, разработанных при участии АО «РВК», на отношение к предпринимательству и предпринимательские компетенции

Данное направление включает в себя исследование отношения к предпринимательству в обществе, особенности образовательных программ и отношение студентов к технологическому предпринимательству, включая оценку курса по технологическому предпринимательству, разработанному при участии АО «РВК».

Исследовательские задачи, связанные с определением отношения молодых людей к технологическому предпринимательству, формулировались с учетом следующих обстоятельств:

- Технологическое предпринимательство в данном исследовании понимается как более узкая, специализированная предпринимательская деятельность — ведение бизнеса, основанного на инновационной высокотехнологичной (наукоемкой) идее.
- Исследования показывают, что если «технологические» компетенции «технологического предпринимательства», как правило, накапливаются людьми (студентами) в ходе профильного обучения, то «предпринимательские компетенции» — как в «узком» понимании (практики и технологии ведения бизнеса, в т.ч. стартапа), так и «широком» (стратегическое видение, широта кругозора, анализ рынков, переговорные навыки и т.п.) — нередко остаются за рамками образовательных программ (не считая, разумеется, специализированных, подобных MBA), [Clark, 1998; Киселева, Кононова, 2010; Дубоглазов, Неелова, 2014]. Это является сдерживающим фактором в расширении предложения инноваций и развития сектора инновационного малого и среднего бизнеса.

По данным причинам при исследовании отношения студентов к технологическому предпринимательству особенное внимание уделяется их отношению к предпринимательству.

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

Для выполнения поставленных задач была разработана методология, включающая в себя сбор и анализ первичных данных качественной и количественной социологии, а также анализ вторичных статистических и социологических данных.

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе специально организованных количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим (а) население отобранных регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом.

Общероссийский опрос (2036 респондентов) и опрос в 10 регионах исследования (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки (отклонение от среднего значения для генеральной совокупности) для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости.

Для выявления отношения студентов к технологическому предпринимательству и оценки курса «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» (разработанного АО «РВК» в 2017 г. совместно с Санкт-Петербургским национальным исследовательским университетом информационных технологий, механики и оптики и Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова) в 13 вузах был проведен опрос студентов. Первая волна исследования прошла в октябре-ноябре 2018 г. (457 опрошенных студентов), вторая волна — в феврале 2019 г. (498 учащихся). Чтобы нивелировать эффект самоотбора и выявить «чистый» эффект курса, опрашивались как студенты-слушатели курса (группа воздействия), так и студенты, не слушающие курс АО «РВК» по технологическому предпринимательству (группа контроля).

Дополнительные интерпретации и выводы по исследованию в целом получены в ходе проверки результатов количественных социологических опросов в рамках качественного исследования. Шесть фокус-групп с участием респондентов, представляющих население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет, были проведены в феврале 2019 г. Дополнительно были проведены 12 интервью с экспертами в области технологического предпринимательства и регионально-

го развития, технологическими предпринимателями и экспертами в области высокотехнологичной медицины из шести субъектов РФ: Москвы, Новгородской области, Республики Саха (Якутия), Республики Татарстан, Ульяновской области, Челябинской области.

Для сопоставления результатов с данными международных исследований социологические опросы по общероссийской и региональным выборкам опираются (по отдельным вопросам) на методологию международных исследований:

- *World Values Survey: крупнейшее исследование ценностей и поведенческих установок, позволяющее осуществлять сопоставление данных о ценностях и поведенческих установках, полученных на региональном уровне, с данными по России в целом, а также с данными по другим странам; проводится с 1981 г., охватывает более 90 стран мира (включая Россию)[6].*
- *Global Entrepreneurship Monitor: крупнейшее исследование предпринимательства, позволяющее осуществлять сопоставления данных о характере и уровне предпринимательской активности, полученных на региональном уровне, с данными по другим странам (в т.ч. с развитыми традициями предпринимательства); проводится с 1999 г. более чем в 100 странах мира (включая Россию)[7].*
- *Группа исследований Eurobarometer (проводится преимущественно в странах Европейского союза с 1974 г.):*
- *Flash Eurobarometer «Entrepreneurship in the EU and beyond» (#354): исследование предпринимательства и самозанятости в 36 странах (включая страны ЕС и США), позволяет оценить отношение людей к самозанятости и предпринимательству; проводилось в 2012 г. (включая Россию)[8].*
- *Special Eurobarometer «Attitudes towards the Impact of Digitisation and Automation on Daily Life» (#460): исследование, позволяющее оценить отношение людей к цифровым технологиям и автоматизации/роботизации производства и повседневной жизни; проводилось в 2017 г. в 28 странах ЕС[9].*

КРИТЕРИИ ОТБОРА РЕГИОНОВ

Для проведения исследования были отобраны следующие регионы Российской Федерации: Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область. Проведение опроса по репрезентативным на уровне ключевых социально-демографических показателей (пол, возраст, тип населенного пункта и уровень образования) выборкам позволяет сопоставлять данные между регионами.

Ключевым критерием при отборе регионов было обеспечение разнообразия по социально-экономическим, географическим и социокультурным показателям. Для этого использовались четыре наиболее распространенных классификации регионов, дифференцирующие их по различным показателям:

- *классификация Л. Григорьева, Ю. Урожаевой и Д. Иванова (2011), позволяющая учитывать социально-экономические аспекты развития регионов;*
- *типология Н. Зубаревич, представленная в «Социальном атласе российских регионов» (www.socpol.ru/atlas/typology/index.shtml) (2010), позволяющая учитывать экономические и географические факторы, характеризующие регион;*
- *классификация ЛИСОМО РЭШ (2017), учитывающая социокультурные факторы;*
- *классификация Рейтинга инновационного развития субъектов РФ (2017), учитывающая уровень инновационного развития регионов.*

Кроме этого, отобранные регионы представляют все федеральные округа РФ. В Таблицах 1.2–1.5 представлены распределения регионов исследования по группам внутри классификаций.

Семь из десяти регионов исследования являются «регионами НТИ»: Москва, Калужская область,

Таблица 1.1
Данные, используемые в исследовании

Исследовательское направление	Первичные социологические данные	Ключевые источники вторичных социологических данных и статистики
Анализ социокультурных факторов инновационной активности регионов России (Раздел II).	— Опрос населения регионов по репрезентативной выборке — Опрос населения России по репрезентативной выборке — Экспертные интервью	— Данные федеральной и региональной статистики — Flash Eurobarometer «Entrepreneurship in the EU and beyond» (#354) — Special Eurobarometer «Attitudes towards the Impact of Digitisation and Automation on Daily Life» (#460) — World Values Survey
Анализ отношения населения к ряду технологий и продуктов в рамках реализации Национальной технологической инициативы и программы «Цифровая экономика» (Раздел III).	— Опрос населения регионов по репрезентативной выборке — Опрос населения России по репрезентативной выборке — Фокус-группы с населением — Экспертные интервью	— Special Eurobarometer «Attitudes towards the Impact of Digitisation and Automation on Daily Life» (#460) — Special Eurobarometer «Science and Technology» (#340)
Анализ отношения населения к предпринимательству (в т.ч. технологическому), а также влияния образовательных курсов, разработанных при участии АО «РВК», на отношение к предпринимательству и предпринимательские компетенции (Раздел IV).	— Опрос населения регионов по репрезентативной выборке — Опрос населения России по репрезентативной выборке — Опрос студентов — Экспертные интервью	— Данные федеральной и региональной статистики — Global Entrepreneurship Monitor

6 World Values Survey (www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp).
7 Global Entrepreneurship Monitor (www.gemconsortium.org/data).
8 Flash Eurobarometer «Entrepreneurship in EU and beyond» (#354) (ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_354_en.pdf).
9 Special Eurobarometer «Attitudes towards the Impact of Digitisation and Automation on Daily Life» (#460) (ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/78998).

Новгородская область, Челябинская область, Республика Татарстан, Красноярский край, Ульяновская область.

Отобранные 10 регионов репрезентируют 100% населения РФ по классификации ЛИСОМО РЭШ, 93% населения РФ по классификации Л. Григорьева, Ю. Урожаевой и Д. Иванова, 85,5% населения по типологии Н. Зубаревич. Разнообразие выбранных регионов позволяет получить более полную картину инновационного потенциала в субъектах РФ.

АНАЛИЗ ДАННЫХ

В ходе исследования формулировались гипотезы — дескриптивные и аналитические, — которые проверялись в ходе полевого этапа и последующего анализа данных.

Дескриптивные гипотезы[10] связаны с описательными аспектами исследовательских задач: проверка дескриптивной гипотезы производится в рамках первичного анализа полевых данных и является ответом на вопрос, что именно наблюдается в исследуемой области.

Аналитические гипотезы[11] связаны с более сложными аспектами исследовательских задач, требующих анализа комплексного явления, изучения его природы, определения характера и направленности влияния. Проверка аналитических гипотез производилась в рамках углубленного анализа данных, а также в ходе качественного социологического исследования. Результаты проверки аналитических и дескриптивных гипотез использовались затем при построении интерпретативных моделей, формулировании выводов и рекомендаций.

Первичный анализ данных проводился с помощью анализа частот, таблиц сопряженности и корреляционных взаимосвязей.

В ходе углубленного анализа данных применялись следующие методы:

- анализ частотных распределений по различным социально-демографическим группам;
- анализ различий в средних методом хи-квадрат;
- Z-тест для сравнения долей;
- анализ различий средних с помощью однофакторного дисперсионного анализа ANOVA (ANalysis Of Variance);

Таблица 1.2 Распределение регионов исследования по классификации Л. Григорьева, Ю. Урожаевой и Д. Иванова (2011)[12]

Тип региона по экономическому развитию	Тип региона по занятости в секторах экономики	Регион	Доля населения России, проживающая в регионах данного типа, %
Высокоразвитые	Финансово-экономические центры	Москва	15
	Сырьевые экспортоориентированные	Республика Саха (Якутия)	4
Развитые	С диверсифицированной экономикой	Республика Татарстан Ростовская область	15
	С опорой на обрабатывающую промышленность	Челябинская область Новгородская область	10
	С опорой на добывающую промышленность	Красноярский край	11
Среднеразвитые	Промышленно-аграрные	Калужская область	12
	Аграрно-промышленные	Республика Северная Осетия — Алания Ульяновская область	25
Менее развитые	Сырьевые		2
	Аграрные		5

Таблица 1.3 Распределение регионов исследования по типологии Н. Зубаревич (2010)[13]

Группы регионов	Регионы		Доля населения России, проживающая в регионах данного типа, %
Лидеры	Федеральные города	Москва	12
	«Богатые» нефтегазодобывающие регионы		2
Относительно развитые или опережающие по доходу	Освоенная зона	Республика Татарстан Челябинская область	30
	Слабоосвоенная зона: экспортно-ресурсные регионы	Красноярский край Республика Саха (Якутия)	4
«Середина»	Освоенная зона	Новгородская область Калужская область Ульяновская область Ростовская область	38
	Слабоосвоенная зона		9
«Аутсайдеры»		Республика Северная Осетия — Алания	9

10 Примеры дескриптивных гипотез: исследуемые регионы Российской Федерации отличаются друг от друга по характеристикам Хофстеде; существуют региональные различия в отношении к технологиям в целом.

11 Примеры аналитических гипотез: ценностный профиль респондентов оказывает влияние на поведенческие установки в области предложения инноваций. Россияне относятся к новым технологиям/продуктам настороженнее, чем жители развитых стран.

12 Григорьев, Урожаева, Иванов, 2011.

13 Зубаревич, 2010.

Таблица 1.4
Распределение регионов исследования по классификации ЛИСОМО РЭШ (2017)[14]

Группа 1	Группа 2	Группа 3	Группа 4
Родным языком большей части населения является русский; население демонстрирует большую готовность к предпринимательской/ инновационной деятельности и меньшую приверженность патерналистским ценностям	Родным языком большей части жителей является русский; население демонстрирует меньшую склонность к инновационной активности и предпринимательской деятельности в целом	В регионах данной группы существенную долю населения составляют люди с одним и тем же родным языком, отличным от русского	В регионах данной группы присутствует большое число различных этнических групп, языки которых также, соответственно, различны
Москва Калужская область Челябинская область Красноярский край Новгородская область	Ростовская область Ульяновская область	Республика Саха (Якутия) Республика Татарстан	Республика Северная Осетия — Алания

Таблица 1.5
Распределение регионов исследования по классификации Рейтинга инновационного развития субъектов РФ (2017)[15]

Группа 1	Группа 2	Группа 3	Группа 4
1–8 место рейтинга инновационности	12–25 место рейтинга инновационности	26–66 место рейтинга инновационности	67–85 место рейтинга инновационности
Москва Республика Татарстан Калужская область Красноярский край	Ульяновская область Челябинская область	Республика Саха (Якутия) Новгородская область Ростовская область	Республика Северная Осетия — Алания

- факторный анализ количественных социологических данных;
- регрессионный анализ количественных социологических данных:
  - метод наименьших квадратов, панельные регрессии с фиксированными эффектами;
  - логит-метод (включая мультиномиальные модели);
  - метод градиентного бустинга.
- кластерный анализ количественных социологических данных;
- контент-анализ ответов на открытые вопросы анкеты.

Для выявления региональной социокультурной специфики, очищенной от действия прочих факторов, а также связей между социокультурными факторами и другими социально-экономическими факторами использовался экологический подход (ecological approach), выполненный с помощью регрессионного анализа [Algan, Cahuc, 2010][16]. Для проверки устойчивости результатов к формулировкам вопросов анкеты использовались альтернативные измерители ценностей и поведенческих установок (в т.ч. показатели и вопросы из методики Г. Хофстеде, отдельные показатели из методики Ш. Шварца).

Результаты социокультурного анализа помещаются в более широкий контекст социально-экономических факторов инновационной активности в регионах Российской Федерации. Сведение всех полученных результатов, а также данных иных исследований, производилось в рамках интерпретативных моделей, посвященных:

- анализу уровня инновационного развития регионов и барьеров/стимулов распространения технологических инноваций;
- оценке влияния различных факторов на поведение населения, способствующее инновационному развитию регионов;
- оценке влияния различных факторов на отношение населения к ряду технологий и продуктов, разрабатываемых в рамках НТИ и ЦЭ;
- оценке разрыва между субъективным отношением респондентов к предпринимательской деятельности и их оценкой отношения к предпринимательской деятельности общества в целом;
- оценке коннотативного восприятия основных понятий, связанных с технологическим предпринимательством;
- оценке эффекта учебного курса по технологическому предпринимательству на отношение студентов к технологическому предпринимательству, на их уровень предпринимательских качеств и компетенций.

Соотнесение социокультурных и социально-экономических факторов в анализе их влияния на инновационную активность позволяет формулировать более точные и практически применимые рекомендации для ключевых субъектов инновационного процесса на уровне регионов Российской Федерации и страны в целом, которые могут использоваться при принятии управленческих решений, в том числе и в рамках осуществления мероприятий НТИ на региональном уровне.

14 Аузан и др., 2017.
15 Рейтинг инновационного развития субъектов РФ, 2017.
16 OLS-регрессии строились на индивидуальном уровне. Различия между регионами рассчитывались через коэффициенты при бинарных переменных, соответствующих десяти регионам исследования. В качестве контрольных переменных использовались ключевые социально-демографические характеристики, в т.ч. пол, возраст, образование, доход респондента, размер населенного пункта, в котором проживает респондент.

ГЛОССАРИЙ

Инкрементальные инновации — инновации, связанные с незначительными улучшениями технологии/продукта.

Инновационная активность со стороны предложения — деятельность индивида в области предложения инноваций: инновационная предпринимательская деятельность, инновационная деятельность на рабочем месте и т.д.

Инновационная активность со стороны спроса — позиция индивида, формирующая его спрос на инновации: отношение к инновационным товарам и сервисам, готовность покупать инновационные товары и услуги и т.д.

Инновационный потенциал регионов — совокупность социально-экономических и социокультурных факторов, определяющих условия для генерации инноваций и для их внедрения (акцепции) на территории региона.

Институциональное доверие — степень, в которой люди доверяют разного рода институтам, в частности федеральным, региональным, муниципальным властям.

Национальная технологическая инициатива (НТИ) — долгосрочная программа частно-государственного партнерства по содействию развитию перспективных рынков на базе высокотехнологичных решений, которые будут определять развитие мировой и российской экономики через 15–20 лет. Реализация началась в 2016 г. (http://www.nti2035.ru/).

Обобщенное доверие — степень, в которой люди доверяют широкому (неопределенному) кругу лиц.

Поведенческие установки — психологическая готовность в определенных условиях действовать определенным образом.

Программа «Цифровая экономика» (ЦЭ) — национальная программа, нацеленная на осуществление комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы России к 2024 г. Реализация началась в 2018 г. (https://data-economy.ru/).

Радикальные инновации — инновации, связанные с принципиальными изменениями технологий/продуктов.

Технологическое предпринимательство — ведение бизнеса, основанного на инновационной высокотехнологичной (наукоемкой) идее.

Ценности — социально одобряемые и разделяемые большинством людей убеждения относительно целей, к которым необходимо стремиться.

Характеристики Хофстеде

Дистанция власти — степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти.

Индивидуализм характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В коллективистских обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность.

Напористость характерна для конкурентных сообществ, ценящих достижительность, материальную награду за успех. Кооперативность характерна для обществ, где предпочтение отдается кооперации, скромности, заботе о слабых, качестве жизни[17].

Избегание неопределенности — степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций.

Долгосрочная ориентация характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость.

Гедонизм[18] характерен для обществ, в которых достаточно свободно удовлетворяются основные и естественные человеческие потребности, связанные с наслаждением жизнью и получением удовольствия. Умеренность характерна для обществ, в которых потребности, связанные с удовольствием и развлечениями, в той или иной степени подавляются в силу строгих социальных норм.

Описание методологии Хофстеде

Индексы Хофстеде рассчитываются на основе методики VSM 2013, последней версии опросника, предложенного Гиртом Хофстеде (https://geerthofstede.com/research-and-vsm/vsm-2013/). Опросник был адаптирован под телефонный опрос. Для более легкого восприятия вопросов респондентами шкалы в анкете были перевернуты под более привычный для российских условий формат (1 — низкая оценка, 5 — высокая оценка), при расчете индексов ответы переворачивались обратно в шкалу оригинальной методики.

Индексы Хофстеде были отнормированы от 0 до 100, где 0 — потенциально возможное минимальное значение индекса, 100 — потенциально возможное максимальное значение индекса. В результате были получены формулы для дистанции власти ((PDI + 240) / 4,8), индивидуализма ((IDV + 280) / 5,6), напористости ((MAS + 280) / 5,6), избегания неопределенности ((UAI + 260) / 5,2), долгосрочной ориентации ((LTO + 260) / 5,2) и гедонизма ((IVR + 300) / 6). Формулы расчета буквенных значений (без константы) и соответствующие вопросы анкеты приведены на сайте, указанном выше. Варианты «Отказ от ответа» и «Затрудняюсь ответить» не учитывались при расчетах.

Методика Хофстеде позволяет проводить относительные сравнения между регионами/странами — абсолютные значения индексов не имеют интерпретации, т.к. рассчитаны на основе нормировки данных, полученных на неодинаковых по составу выборках. В частности, международные данные, полученные Хофстеде, основаны на опросах сотрудников компании «IBM» и отнормированы специально под данную выборку — сравнение данных значений с результатами других исследований (в том числе текущего) некорректно.

17 В русскоязычной литературе показатель также зачастую переводится как «маскулинность/феминность». В оригинале — masculinity/feminity, что при переводе на русский язык подчеркивает гендерный аспект, который не является определяющим. Поэтому в данном отчете используется термин напористость/кооперативность, отражающий смысловой перевод данного фактора Г. Хофстеде.

18 В русскоязычной литературе показатель также зачастую переводится как «терпимость» или «потворство желаниям» (в оригинале — indulgence/restraint). Во избежание путаницы при переводе терминов в данном отчете используется смысловой перевод гедонизм/умеренность».

БИБЛИОГРАФИЯ

Аузан А. А. (2017). Социокультурная экономика // Наука и инновации. Т. 2. № 168. С. 4–10.

Аузан А.А., Авдиенкова М.А., Андреева Д.А., Бахтигараева А.И., Брызгалин В.А., Бутаева К.О., Вебер Ш., Давыдов Д.В., Золотов А.В., Никитин К.М., Никишина Е.Н., Припузова Н.А., Ставинская А.А. (2017). Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ (https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/report-sf-2017–10–12.pdf).

Баринова В.А., Земцов С.П., Царева Ю.В. (2018). Предпринимательство и институты: есть ли связь на региональном уровне в России // Вопросы экономики. № 6. С. 92–116.

Вахштайн В., Степанцов П., Чурсина Ю., Бардина С. (2016). Публичный отчет по результатам социологического исследования поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ. (https://www.rvc.ru/upload/ iblock/d10/attitudes_to_technologies_and_innovations_in_Russia.pdf).

Григорьев Л.М., Урожаева Ю.В., Иванов Д.С. (2011). Синтетическая классификация регионов: основа региональной политики // Российские регионы: экономический кризис и проблемы модернизации / Науч. ред.: Л.М. Григорьев, Н.В. Зубаревич, Г. Хасаев. С. 34–58.

Зубаревич Н.В. (2010). Социальный атлас российских регионов. www.socpol.ru/atlas/typology/index.shtml.

Дуболазов В.А., Неелова Н.В. (2014). Проблемы подготовки специалистов в области инновационного предпринимательства // Современное машиностроение. Наука и образование. №4. С. 911–921.

Земцов С., Баринова В. (2016). Смена парадигмы региональной инновационной политики в России: от выравнивания к «умной специализации» // Вопросы экономики. № 10. С. 65–81.

Киселева Е.С., Кононова В.Ю. (2010). Роль учебных программ вузов в развитии предпринимательского потенциала молодежи // Вестник Московского университета. Т. 24. № 1. С. 139–158.

Рейтинг инновационного развития субъектов РФ. (2017). Выпуск 5. НИУ ВШЭ. (www.hse.ru/data/2017/06/22/1170263711/RIR2017.pdf).

Тамбовцев В. (2018). Об экономическом росте и размерах государства // Вопросы экономики. № 6. С. 119–121.

Alesina A., Giuliano P. (2015). Culture and institutions // Journal of Economic Literature. Vol. 53. № 4. P. 898–944.

Algan Y., Cahuc P. (2010). Inherited trust and growth // American Economic Review. Vol. 100. № 5. P. 2060–2092.

Becker S.O., Boeckh K., Hainz C., Woessmann L. (2016). The empire is dead, long live the empire! Long-run persistence of trust and corruption in the bureaucracy // The Economic Journal. Vol. 126. № 590. P. 40–74.

Berger P.L., Hsiao H.H.M. (1988). In Search Of An East Asian Development Model.

Beugelsdijk S., Maseland, R. (2014). Culture in economics. Cambridge Books.

Chen Y., Podolski E.J., Veeraraghavan M. (2017). National culture and corporate innovation // Pacific-Basin Finance Journal № 43. P. 173–187.

Clark B.R. (1998). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Paris: IAU Press, Pergamon, Elsevier Science.

Davidsson P., Wiklund J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates // Journal of Economic psychology. Vol. 18. № 2. P. 179–199.

Fisman R., Miguel E. (2006). Cultures of corruption: evidence from diplomatic parking tickets (No. w12312). National Bureau of Economic Research.

Gächter S., Schulz J.F. (2016). Intrinsic honesty and the prevalence of rule violations across societies // Nature. Vol. 531. № 7595. P. 496.

Ghemawat P. (2001). Distance still matters // Harvard business review. Vol. 79. № 8. P. 137–147.

Gorodnichenko Y., Roland G. (2011). Which dimensions of culture matter for long-run growth? // The American Economic Review. Vol. 101. № 3. P. 492–498.

Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2006). Does culture affect economic outcome // Journal of economic prospective. Vol. 20. №2.

Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2016). Long-term persistence // Journal of the European Economic Association. Vol. 14(6). P. 1401–1436.

Herbig P.A., Miller J.C. (1993). Culture and technology: Does the traffic move in both directions? // Journal of Global Marketing. Vol. 6(3). P. 75–104.

Hofstede G. (2001). Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. Sage publications.

Hruschka D., Efferson C., Jiang T., Falletta-Cowden A., Sigurdsson S., McNamara R., Henrich J. (2014). Impartial institutions, pathogen stress and the expanding social network // Human Nature. Vol. 25. № 4. P: 567–579.

Licht A.N., Goldschmidt C., Schwartz, S.H. (2007). Culture rules: The foundations of the rule of law and other norms of governance // Journal of comparative economics. Vol. 35. № 4. P. 659–688.

Meade N., Islam T. (2006). Modelling and forecasting the diffusion of innovation — a 25-year review // International Journal of Forecasting. Vol. 22. № 3. P. 514–545.

Minkov M. (2018). A revision of Hofstede's model of national culture: old evidence and new data from 56 countries // Cross Cultural Strategic Management. Vol. 25 № 2. P. 231–256.

Rajh E., Budak J., Anić I.D. (2016). Hofstede's Culture Value Survey in Croatia: Examining Regional Differences // Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja. Vol. 25. № 3. P. 309–327.

Shane S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation // Journal of Business Venturing. Vol. 8. № 1. P. 59–73.

Shane S. (1995). Uncertainty avoidance and the preference for innovation championing roles // Journal of International Business Studies. Vol. 26. № 1. P. 47–68.

Tadesse B., White R. (2010). Does cultural distance hinder trade in goods? A comparative study of nine OECD member nations // Open Economies Review. Vol. 21. № 2. P. 237–261.

Tang L. (2012). The direction of cultural distance on FDI: attractiveness or incongruity? // Cross Cultural Management: An International Journal. Vol.19. № 2. P. 233–256.

Trompenaars F., Hampden-Turner C. (2011). Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business. Nicholas Brealey Publishing.

Van den Bulte C., Stremersch S. (2004). Social contagion and income heterogeneity in new product diffusion: A meta-analytic test // Marketing Science. Vol.23. № 4. P. 530–544.

Waarts E., Van Everdingen Y. (2005). The influence of national culture on the adoption status of innovations: An empirical study of firms across Europe // European Management Journal. Vol. 23. № 6. P. 601–610.

Zemtsov, S., Muradov, A., Wade, I., & Barinova, V. (2016). Determinants of Regional Innovation in Russia: Are People or Capital More Important? // Foresight and STI Governance, Vol. 10. № 2. P. 29–42.

II. Социо-культурные факторы инновацион-ного развития регионов

Данные, собранные в результате исследования, позволяют сравнить разные категории населения и разные регионы по трем основным группам параметров:

1. социокультурные факторы;
2. отношение к новым технологиям;
3. отношение к предпринимательству.

При проектировании исследования предполагалось, что эти параметры могут быть факторами развития инновационных секторов экономики в отдельных регионах и стране в целом. Базовая гипотеза исследования состояла в том, что субъектам инновационной политики (органам исполнительной власти, институтам развития, бизнесу, университетам, исследовательским центрам) необходимо принимать во внимание не только количественные социально-экономические параметры, отражаемые в официальной статистике и в индексах, но и социокультурные особенности — доминирующие ценности и установки населения.

В настоящем разделе основное внимание уделяется анализу регионов, а также отдельных категорий населения преимущественно на основании первой группы параметров — социокультурных факторов, в т.ч. определяемых по методике Г. Хофстеде[1]. Частично затрагиваются также вопросы институционального доверия, доверия разным способам внедрения инноваций и реализации научно-технологической политики, а также отношения к предпринимательству[2].

Исследование опирается на две базовые гипотезы:

1. Различия в уровне социально-экономического и инновационного развития российских регионов могут быть связаны с социокультурными факторами и преобладающими среди населения установками (например, в отношении технологий или в отношении предпринимательства).
2. Наибольшим инновационным потенциалом с точки зрения социокультурного профиля и доминирующих установок обладают высокоресурсные группы населения — более обеспеченные и более образованные жители крупных городов (особенно — региональных столиц).

Первая гипотеза подтвердилась лишь частично. Из 10 регионов, в которых проводилось исследование, семь обладают схожим социокультурным профилем. Можно говорить о значительных социокультурных сходствах между регионами, в которых преобладает население, для которого родным языком является русский. Даже такой специфический регион, как Москва, радикально отличающийся по большинству социально-экономических параметров, не выделяется из группы семи регионов, если оценивать по методологии Хофстеде. Например, такие ключевые для инновационного развития социокультурные факторы, как избегание неопределенности и дистанция власти, у жителей Москвы такие же, как у жителей Калужской, Новгородской, Ростовской, Ульяновской или Челябинской областей и Красноярского края. Единственный параметр, по которому Москва предсказуемо отличается от остальных регионов этой группы, — это уровень индивидуализма. Таким образом, при изучении инновационного потенциала в этих регионах более продуктивно сравнивать между собой различные социальные страты (по возрасту, доходу, уровню образования, типу населенного пункта проживания), а не собственно субъекты федерации.

Однако в отношении исследованных республик мы видим гораздо больше социокультурных различий, которые могут иметь влияние на инновационный потенциал населения. Так, например, жители Татарстана и Якутии демонстрируют более низкую дистанцию власти, чем жители регионов, где родным языком большей части населения является русский. Эта особенность подтверждается и другими вопросами исследования. Например, в этих двух регионах наиболее высокое доверие муниципальным властям (51% в Татарстане и 52% в Якутии), то есть самому близкому для респондента уровню власти. Во всех регионах исследования, где родным языком большей части населения является русский, — кроме Москвы — респонденты значительно больше доверяют федеральной власти, чем региональной или муниципальной.

Фактор дистанции власти, которая в Татарстане и Якутии ниже, чем в остальных регионах исследования, с нашей точки зрения, может стать одной из точек опоры для инновационного развития. Более низкая дистанция власти связана с более высокими уровнями доверия региональным и муниципальным властям. Особенно

1 Подробное описание методологии — в главе 1 «Как устроено исследование».

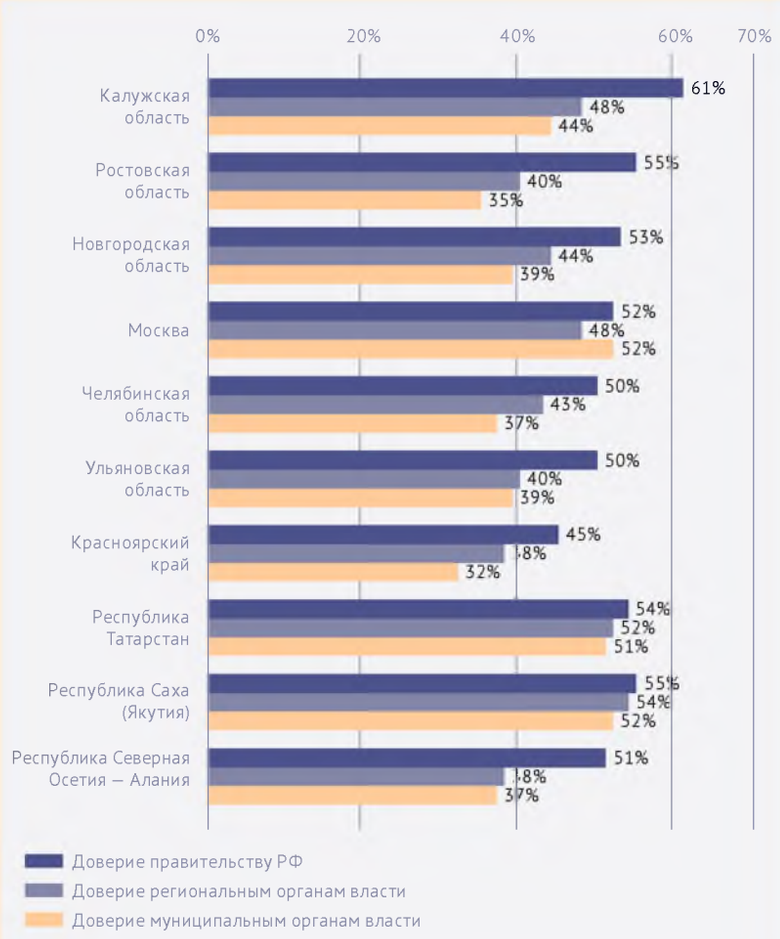
2 Подробнее см. в главе 10 «„Умный, целеустремленный, честный“: предпринимательство — привлекательный карьерный трек?», о роли институционального доверия — в главе 6 «Сначала доверие институтам, затем — технологиям».

важно это может быть при реализации программ, инициированных региональными органами власти.

Возможными точками опоры для инновационного развития республики Северная Осетия могли бы стать сравнительно высокие предпринимательские намерения, символическая ценность образования и расширенная семья.

В свою очередь, подтверждается гипотеза о сосредоточении инновационного потенциала в высокоресурсных группах. Действительно, именно образованная молодежь (18–30 лет), проживающая в крупных городах, демонстрирует наиболее проинновационные установки. Например, 86% жителей России в возрасте 18–30 лет считают, что избегать новых ситуаций не следует, 92% из них считают, что предпринимательство — хороший карьерный выбор. Также жители крупных городов и молодые респонденты предсказуемо больше доверяют новейшим технологиям.

Подытоживая краткое вступление ко второму разделу, отметим следующее. Мы привыкли считать, что за пределами Москвы, Петербурга, Казани, Новосибирска и нескольких других городов-миллионников недостаточная концентрация человеческого капитала не позволяет рассчитывать на ускоренное развитие локального инновационного потенциала. Результаты исследования подтверждают это привычное мнение лишь отчасти. Во-первых, мы видим, что население наиболее развитой Москвы (если смотреть в совокупности, а не только на наиболее ресурсообеспеченные социальные группы) лишь незначительно отличается от большинства других регионов исследования, в которых преобладает население, для которого родным языком является русский. Во-вторых, республики, такие как Татарстан и Якутия, обладают рядом социокультурных характеристик (низкая дистанция власти), которые могут быть полезны для развития инновационного потенциала. В отношении распространения некоторых технологий может оказаться, что население, например, отдаленных якутских улусов не менее восприимчиво к их внедрению, чем население областного центра европейской части России со значительно более развитой инфраструктурой. Это позволяет говорить о необходимости более внимательного учета локальной специфики при планировании инновационной политики на уровне отдельных регионов.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Институциональное доверие федеральным, региональным, муниципальным органам власти (процент ответивших «Полностью доверяю» и «Скорее доверяю»)

2. ГОТОВНОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

Россия находится на 54-м месте по уровню ВВП на душу населения по паритету покупательной способности (2017 г.)[1] и на 46-м месте в Рейтинге глобальной инновационности (2018 г.)[2]. Для сокращения отрыва России от стран — лидеров инновационного развития, стимулирования инновационного процесса и внутреннего спроса на передовые продукты и технологии субъектам инновационной политики (органам исполнительной власти, институтам развития, бизнесу, университетам, исследовательским центрам) необходимо принимать во внимание не только социальные, экономические, институциональные факторы, но и социокультурные особенности — доминирующие ценности и установки людей.

Социокультурные факторы в рамках настоящего исследования изучаются по методике Гирта Хофстеде [Hofstede, 2001][3]. Во внимание принимается также доверие людей как друг другу, так и различным явлениям, институтам, с которыми они сталкиваются.

На возникновение инноваций значимым образом влияют факторы, связанные с трудовыми ресурсами и человеческим капиталом; факторы, характеризующие текущее состояние экономики и инновационной системы; факторы среды проживания людей, обеспечивающие воспроизводство человеческого капитала.

В последние десятилетия выделяют еще одну группу факторов, которая включает в себя неформальные институты, связанные с ценностями и поведенческими установками, разделяемыми (со)обществом и медленно меняющимися во времени. Это — социокультурные факторы.

Существующий массив исследований [см., например: Тамбовцев, 2018; Li, Zahra, 2012; Waarts, Everdingen, 2005] показывает, что влияние социокультурных факторов на инновационный процесс и предпринимательскую активность не столь велико, как влияние факторов труда, человеческого капитала, состояния экономики и среды проживания. Кроме того, воздействие социокультурных факторов растянуто во времени [см., например: Земцов, Баринова, 2016], поскольку действие соответствующих неформальных институтов нередко опосредовано, а их изменение возможно, как правило, в средне- и долгосрочном периодах.

Вместе с тем социокультурные факторы — в силу специфически задаваемых моделей поведения могут выступать как драйверами, так и барьерами для внедрения новых технологий и формирования новых технологических рынков, оказывая значимое влияние на создание инноваций [Antonczyk, Salzmann, 2012; Kaasa, Vadi, 2008; Chen et al., 2017; Khan, Cox, 2017].

Недоучет социокультурных факторов может привести к снижению эффективности программ развития.

Международные исследования показывают: развитию венчурного рынка и инновационной активности способствуют низкий уровень избегания неопределенности, высокие уровни индивидуализма и межличностного доверия, низкий уровень дистанции власти, высокая долгосрочная ориентация [см., например: Shane, 1993; Herbig, Miller, 1993; Waarts, Everdingen, 2005; Li, Zahra, 2012; Antonczyk, Salzmann, 2012]. Из них только одна характеристика — высокая долгосрочная ориентация по данным Хофстеде — свойственна социокультурному профилю России (Рисунок 2.1)[4], причем возможности ее использования в настоящее время ограничены качеством существующих формальных институтов.

Для стимулирования инновационного роста в России необходимо искать точки опоры в т.ч. в существующем социокультурном профиле, одновременно воздействуя на те ценности и установки, которые тормозят инновационное развитие и которые могут измениться в среднесрочном периоде[5]. Географическая протяженность России, многонациональный состав населения и культурное разнообразие обусловливают вариативность траекторий изменений для разных регионов и территорий. Это необходимо принимать во внимание при разработке и использовании инструментов стимулирования инновационного роста.

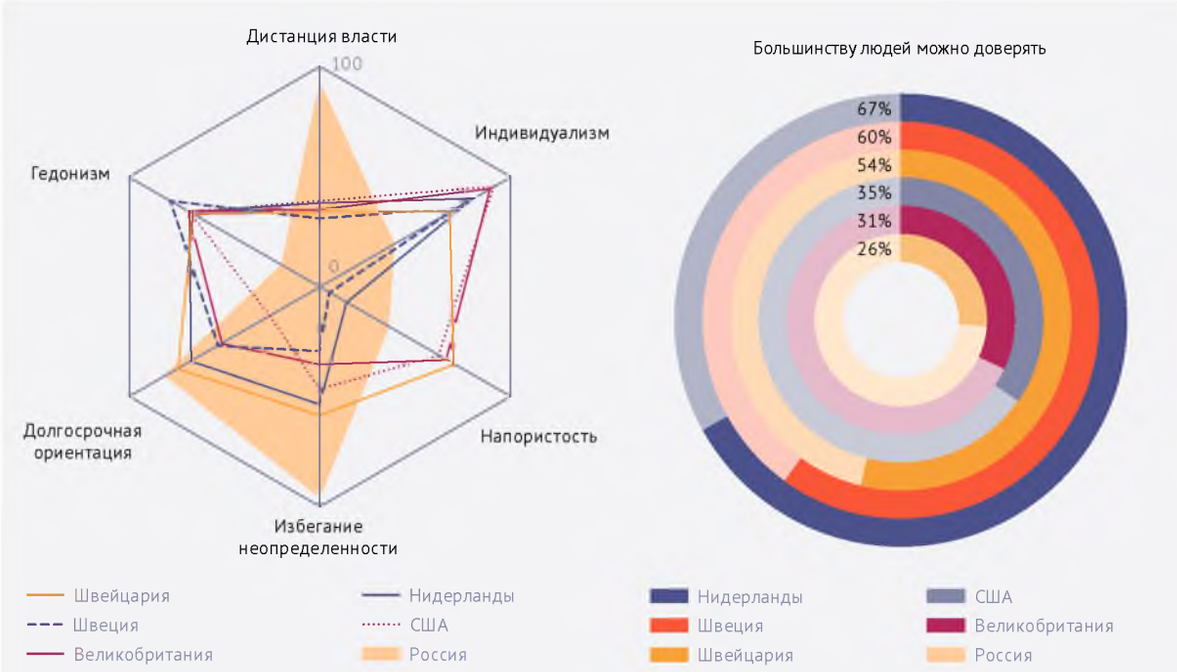
1 По данным Всемирного банка: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?year_high_desc=true.

2 Совместный проект Корнелльского университета, бизнес-школы INSEAD и Всемирной организации интеллектуальной собственности (www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4330).

3 Краткое описание методики приводится во врезке. Более подробное обоснование методики приведено в главе 1 «Как устроено исследование».

4 Важно подчеркнуть, что долгосрочная ориентация по Хофстеде не тождественна длинному горизонту планирования. Первое понятие характеризует готовность людей адаптировать прошлый опыт к вызовам будущего, второе же понятие характеризует период, на который такие цели ставятся. Для российского общества характерна долгосрочная ориентация по Хофстеде при коротком горизонте планирования.

5 Например, уровень институционального доверия [Park, Chull Shi, 2006], обобщенного доверия [Jennings, Stoker, 2004; Rohner et al., 2013], напористость [Fernandez et al., 1997] и гедонизм [Minkov, 2011].



По данным Гирта Хофстеде (https://geert-hofstede.com).

По данным World Value Survey (2011–2014) и всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 2.1
Проинновационные ценности и установки в России и в странах — лидерах инновационного развития[6]

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНОВ

Замер ценностей по методике Хофстеде на репрезентативной выборке в 10 регионах исследования позволяет утверждать, что общего у жителей разных регионов больше, чем различий (с известными основаниями можно предполагать, что в культурном плане в России сложилась единая нация) (см. Рисунок 2.2, Таблицу 2.1). Наименьший разброс между регионами — по напористости и долгосрочной ориентации, наибольший разброс — по индивидуализму, избеганию неопределенности, дистанции власти, гедонизму. Примечательно, что наибольшие (статистически значимые) региональные различия наблюдаются по ключевым для инновационного развития характеристикам — индивидуализму, избеганию неопределенности, дистанции власти. Это определяет важность выявленных региональных различий, которые могут влиять на выбор оптимальной политики — например, обусловливать потребность в региональной дифференцированной политике поддержки бизнеса [Земцов, Баринова, 2016].

Социокультурные характеристики по методике Гирта Хофстеде[7]

Дистанция власти — степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти.

Индивидуализм характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В коллективистских обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность.

Напористость характерна для конкурентных обществ, ценящих достижительность, материальную награду за успех. Гибкость характерна для обществ, где предпочтение отдается кооперации, скромности, заботе о слабых, обеспечению достойного качества жизни для всех.

Избегание неопределенности — степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций.

Долгосрочная ориентация характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость.

Гедонизм характерен для обществ, в которых достаточно свободно удовлетворяются основные и естественные человеческие потребности, связанные с наслаждением жизнью и получением удовольствия. Умеренность характерна для обществ, в которых потребности, связанные с удовольствием и развлечениями, в той или иной степени подавляются в силу строгих социальных норм.

6 В качестве стран-бенчмарков для сравнения с Россией берется топ-5 стран по среднему значению Global Innovation Index за пять лет (2014–2018). Это Швейцария, Швеция, Великобритания, Нидерланды и США. Средние значения индексов считались по странам, которые хотя бы раз попадали в топ-5 за эти годы.

7 Подробнее — см. в [Hofstede, 2001]. В русскоязычной литературе показатель «напористость/гибкость» также зачастую переводится как «маскулинность/феминность». В оригинале — masculinity/feminity, что при переводе на русский язык подчеркивает гендерный аспект, который не является определяющим. Поэтому в данном отчете используется термин напористость/гибкость, отражающий смысловой перевод данного фактора Г. Хофстеде. Также показатель «гедонизм» зачастую переводится как «терпимость» или «потворство желаниям» (в оригинале — indulgence/restraint). Во избежание путаницы при переводе терминов в данном отчете используется смысловой перевод «гедонизм/умеренность».

При оценке роли социокультурного фактора ключевым является не столько его общий вклад в тот или иной процесс, сколько направление этого воздействия. Полученные результаты позволяют выделить для отдельных регионов специфические «наборы» социокультурных характеристик, которые могут влиять на векторы инновационного развития.

Например, сочетание высокого коллективизма и низкого гедонизма (как в Северной Осетии) будут ограничивать спрос на инновации. Относительно низкая дистанция власти и сравнительно высокое доверие региональным властям (как в Якутии и Татарстане) могут способствовать успешной реализации программ инновационного развития. Относительно высокие дистанция власти и индивидуализм в регионах с преобладанием населения, родным языком которого является русский, будут способствовать большей готовности принимать новое и одновременно большей восприимчивости к «спущенным сверху» — в данном случае федеральным — программам развития (подробнее см. главы 3–5).

Низкий уровень доверия (Рисунок 2.3) — своего рода налог для общества (трансакционные издержки), которое вынуждено тратить больше ресурсов на непроизводительные виды деятельности — контроль, подготовку документов, составление подробных контрактов и т.д.

Низкое доверие затрудняет инновационную активность, ограничивает возможности для кооперации между людьми. Для поддержания инновационного развития важно наращивать уровень доверия в обществе — и эта задача актуальна для всех регионов исследования.

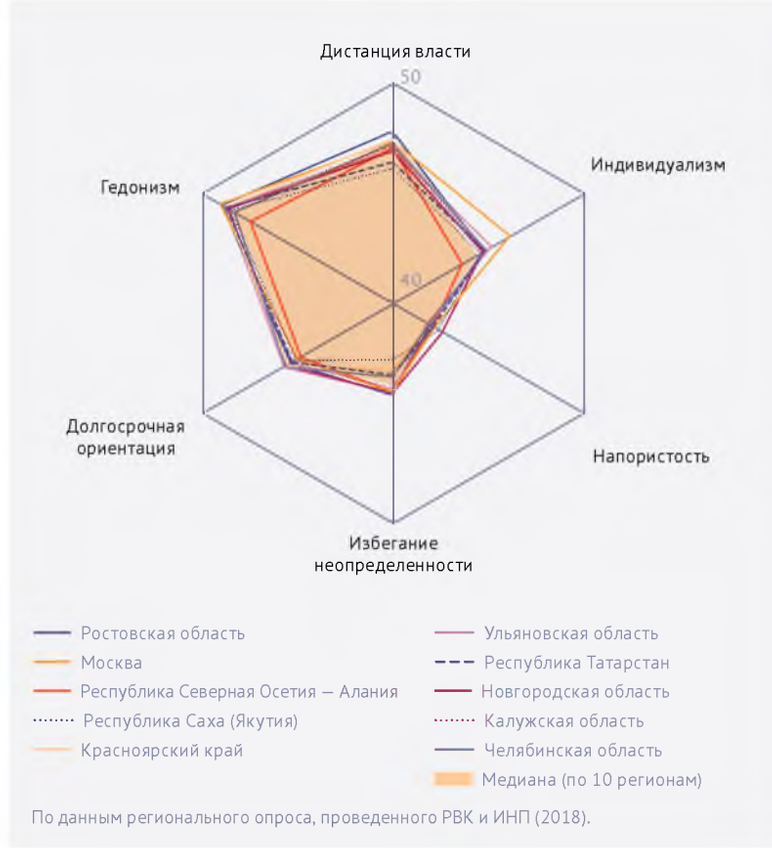


Рисунок 2.2
Регионы исследования по Г. Хофстеде[9]

ЛЮДИ ГОТОВЫ МЕНЯТЬСЯ?

Высокое избегание неопределенности и низкое доверие — факторы, тормозящие, а иногда и блокирующие изменения в обществе. Тем важнее, что данные последних исследований — в том числе и нашего — показывают, что в обществе назревает запрос на изменения[8], а люди декларируют открытость новому.

По данным нашего исследования, в среднем только 21% респондентов в России считают необходимым избегать новых ситуаций как представляющих опасность. Не менее 61% опрошенных в регионах исследования считают, что новые ситуации могут давать новые возможности. В целом же по России для 79% участников нашего опроса важно предлагать новые идеи, быть творческой личностью, идти своим путем; для 65% важно разнообразие в жизни. Не обязательно, что в реальных ситуациях люди ведут себя именно так: важно, что стремление к новому, к самореализации, готовность рисковать ради этого являются характеристиками, которые одобряются большинством.

Проведенные глубинные экспертные интервью показывают: в общественном сознании присутствует готовность становиться лучше, современней, профессиональней. В частности, респонденты говорят о стремлении пройти программы обучения и переподготовки.

Дополнительным драйвером изменений может быть готовность людей к новым продуктам и технологиям. Более 80% респондентов говорят, что готовы пробовать такие товары или услуги сразу или вскоре после их появления (часть таких потребителей могли бы стать early adopters — первыми пользователями технологий). Похоже, пока речь может идти в первую очередь о приобретении результатов инкрементальных (связанных с незначительными изменениями технологиями/продукта), но не радикальных инноваций. К последним население настроено не так благожелательно: например, в среднем 54% позитивно относятся к роботам и искусственному интеллекту (с разбросом от 47% в Северной Осетии до 66% в Москве). При этом по данному показателю Россия не сильно уступает ведущим инновационным странам (Рисунок 2.4), а показатели отдельных регионов (например, Москвы, Красноярского края, Якутии) находятся на уровне Великобритании.

Позитивное отношение к незнакомым ситуациям, готовность пробовать новые продукты и технологии сталкиваются с другими — не столь проинновационными — чертами социокультурного профиля. Согласно нашему опросу в регионах, 59% респондентов в сложных ситуациях на работе предпочитают опираться на прошлый опыт и проверенные решения. Подобное отношение можно интерпретировать как следствие невысокого доверия («свой» опыт против «чужого») и высокого избегания неопределенности («проверенные решения» против «новых»). Важно принимать во внимание и «рамку» проективной ситуации, в которую был поставлен респондент. Если в вопросах о восприятии нового, об отношении к новым технологиям, товарам и услугам, ситуация, в которой предлагается делать выбор, никак не конкретизировалась, то в данном случае акцентируется то, что речь идет о работе. Можно предположить, что формальные и неформальные правила,

8 См. например данные: Институт социологии РАН (доклад Российское общество после президентских выборов.., 2018); ВЦИОМ (Пресс-выпуск от 7 мая 2018 г., https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9080), «Левада-центр» (пресс-выпуск от 19 июня 2018 г., www.levada.ru/2018/06/19/izmeneniya-i-peremeny/).

9 При расчете показателей Хофстеде значения были пронормированы по шкале от 0 до 100. Профили по каждому региону в отдельности приведены в главах 3–5.

Таблица 2.1
Типологизация исследуемых регионов по уровню экономического развития, освоенности территории и по социокультурному разнообразию

Регион исследования	Типологизация по уровню экономического развития территории и ее освоенности	Типологизация по социокультурному разнообразию регионов	Социокультурные характеристики Г. Хофстеде
Москва (4)	Лидеры	Группа 1	Относительно высокие дистанция власти и индивидуализм
Челябинская область (23)	Относительно развитые		
Красноярский край (9)			
Калужская область (32)	Середина		
Новгородская область (55)			
Ростовская область (53)		Группа 2	
Ульяновская область (21)			
Республика Татарстан (3)	Относительно развитые	Группа 3	Относительно низкая дистанция власти
Республика Саха (Якутия) (69)			
Республика Северная Осетия — Алания (79)	Аутсайдеры	Группа 4	Относительно высокий коллективизм и низкий гедонизм

В скобках указано место региона в рейтинге инновационного развития по версии НИУ ВШЭ по индексу «Инновационная активность» (2017 г.).

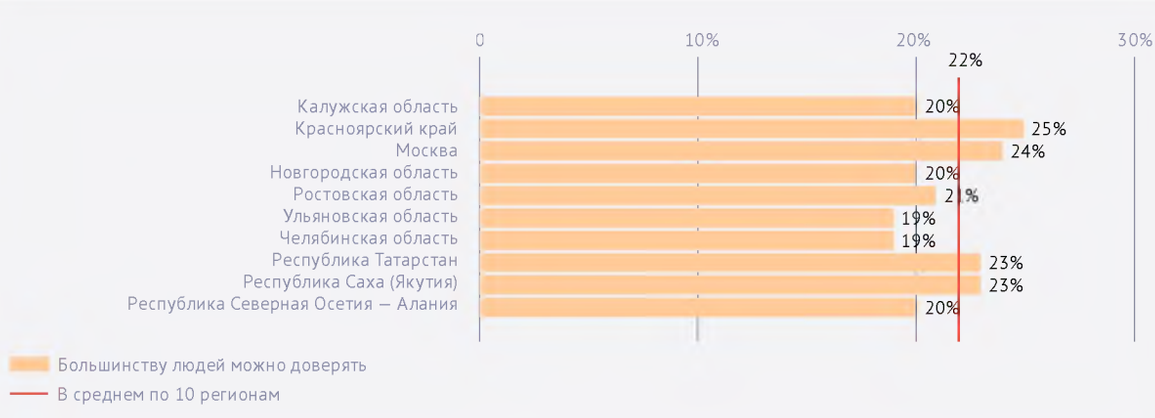
Типологизация по уровню экономического развития территории и ее освоенности проводится согласно «Социальному атласу российских регионов» (www.socpol.ru/atlas/typology/index.shtml). Типологизация по социокультурному разнообразию — по методике ЛИСОМО РЭШ [Социокультурные факторы, 2017].

Родным языком большей части населения в регионах, относящихся к Группам 1 и 2 согласно методике ЛИСОМО РЭШ, является русский; они отличаются уровнем патернализма — меньшим для Группы 1 и бóльшим для Группы 2. В регионах, относящихся к Группе 3, существенную долю населения составляют люди с одним и тем же родным языком, отличным от русского. В регионах, относящихся к Группе 4, присутствует большое число различных этнических групп, говорящих на разных языках.

относящиеся к трудовой деятельности, распределению обязанностей и ответственности, по мнению респондента, более жесткие, чем его собственные установки в «обычной жизни». То есть сам респондент может считать (или косвенно демонстрировать) себя вполне «проинновационно» настроенным и при этом исходить из того, что институциональная рамка его трудовой деятельности является гораздо более рестриктивной и ориентированной прежде всего на обеспечение стабильного функционирования организации[10].

Подтверждением предполагаемой модели восприятия нового в «обычной жизни» и в рамках рабочего процесса является страх неудачи. По этому показателю Россия — лидер среди рассматриваемых инновационно развитых стран. 54% респондентов заявили, что не стоит начинать бизнес, если существует риск его провала, неудачи (Рисунок 2.5), и это при том, что 65% согласны с тем, что само по себе предпринимательство — хороший карьерный выбор (показатель выше аналогичного в США, Швеции, Франции, Германии). Здесь — опять же можно предположить — сталкиваются личные предпочтения респондента с его мнением о том, как общество (или, иначе, институциональная среда, в которой человек существует) реагирует на подобные предпочтения или их последствия, будь они претворены в жизнь. Обнадеживают значительные отличия в восприятии риска неудачи у молодых поколений (Рисунок 2.6): если с утверждением о том, что не стоит начинать бизнес при наличии риска неудачи, полностью согласна почти половина людей в возрасте старше 45 лет, среди группы 18–30-летних таких оказалось только 19%.

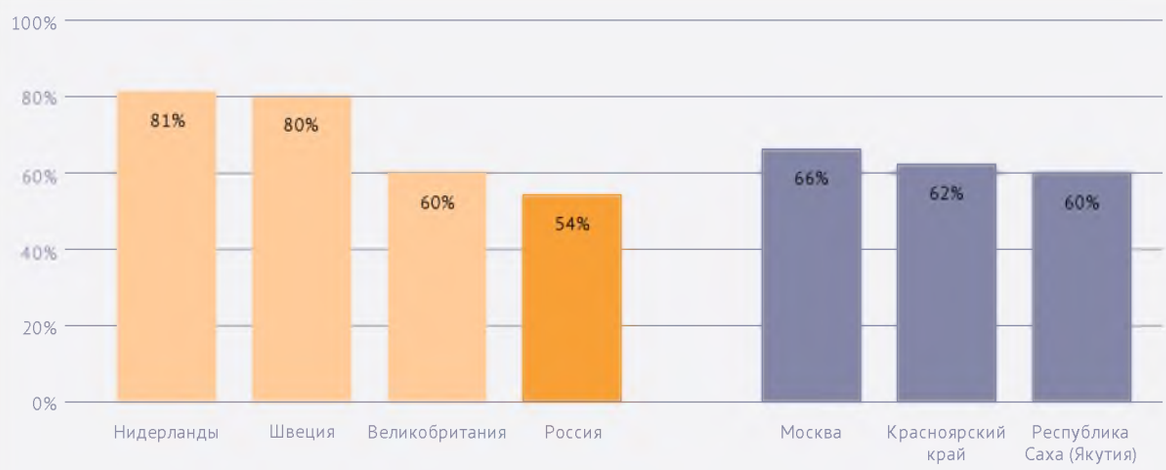
Еще одно препятствие на пути изменений — короткий горизонт планирования. На вопрос «На какой максимальный срок у вас есть какие-либо планы?» 14% респондентов (общероссийский опрос) отвечали, что не имеют никаких планов, а 50% имеют планы не более, чем на три года. Короткий горизонт планирования ограничивает возможности как покупки инвестиционных товаров/услуг, так и участия в длинных инвестиционных проектах. Вместе с низким уровнем



По данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

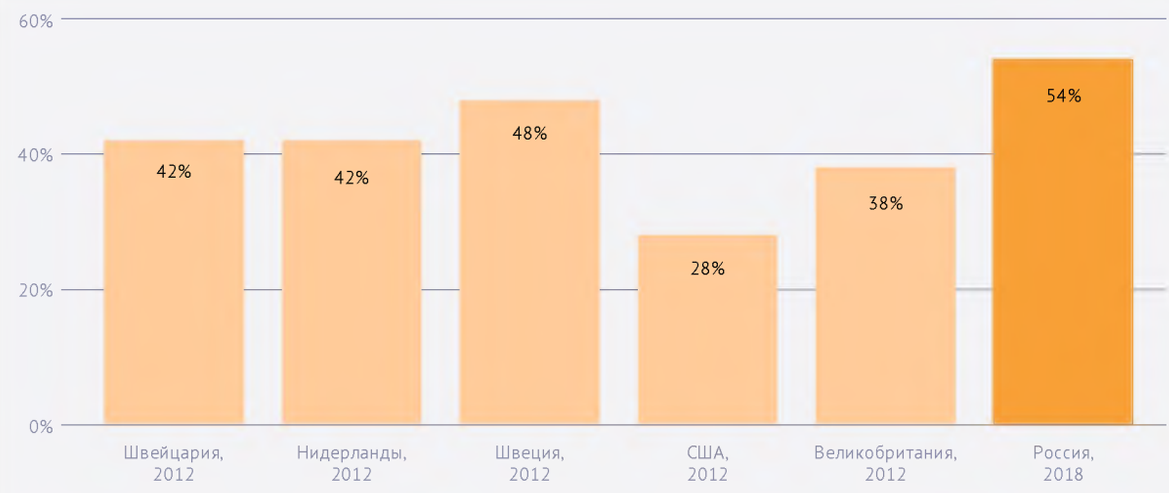
Рисунок 2.3
Уровень обобщенного доверия («В целом, считаете ли вы, что большинству людей можно доверять, или, напротив, нужно быть осторожными, имея дело с людьми?»)

10 Подчеркнем, что опросный метод позволяет выявить только декларируемые убеждения. Для оценки фактического поведения могут применяться другие, в т.ч. экспериментальные методы.



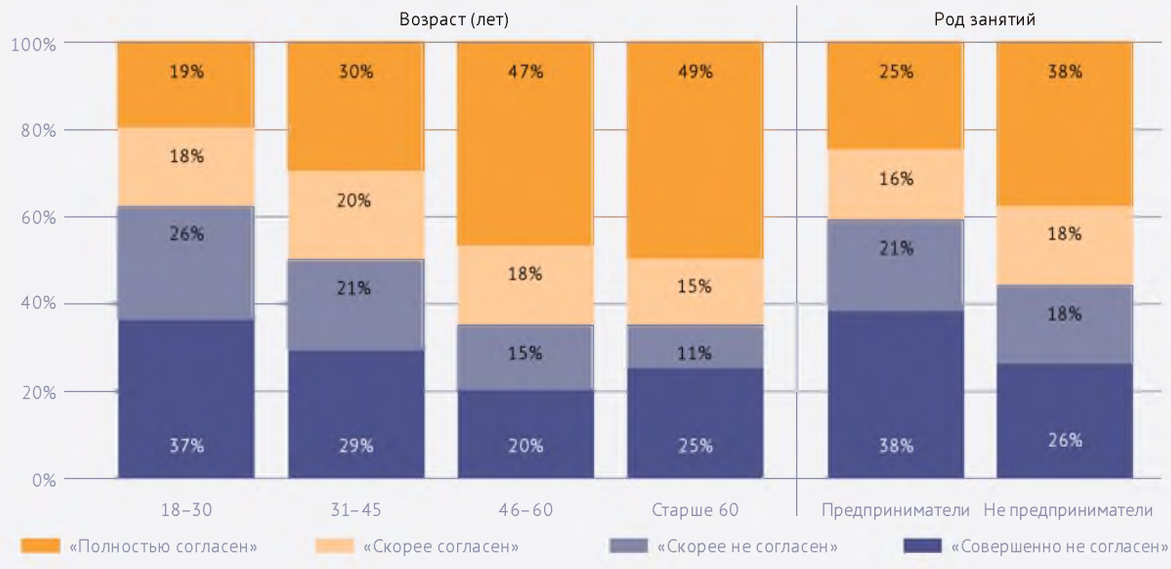
По данным Special Eurobarometer 460, 2017; Россия — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).
В качестве стран-бенчмарков для сравнения с Россией берется топ-5 стран по среднему значению Global Innovation Index за пять лет (2014–2018) (в данном случае — кроме США и Швейцарии из-за отсутствия данных).

Рисунок 2.4
Отношение к роботам и искусственному интеллекту в России и странах — лидерах инновационного развития[11] («В целом, вы относитесь очень положительно, скорее положительно, скорее негативно или очень негативно к роботам и искусственному интеллекту?», «Очень положительно» + «Скорее положительно»)



Россия — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), остальные страны — Flash Eurobarometer 354, 2012.

Рисунок 2.5
«Не стоит начинать собственный бизнес, если существует риск его провала, неудачи» (% согласных)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 2.6
«Не стоит начинать собственный бизнес, если существует риск его провала, неудачи» (давшие ответ на вопрос; в возрастном разрезе, а также предприниматели и не предприниматели, %)

11 Точное сопоставление данных затруднено разностью шкал и методов опроса в России и ЕС: Евробарометр, в отличие от данного исследования, проводится методом face-to-face. Сравнение с США невозможно, поскольку опрос проводился только в странах Европейского союза.

доверия в обществе в целом это ограничивает не желание, но готовность к реализации изменений.

> *Важно подчеркнуть, что долгосрочная ориентация по Хофстеде не тождественна длинному горизонту планирования. Первое понятие характеризует готовность людей адаптировать прошлый опыт к вызовам будущего, прикладывать долгосрочные усилия для достижения цели; второе же понятие характеризует период, на который такие цели ставятся. Для российского общества характерна долгосрочная ориентация по Хофстеде при коротком горизонте планирования.*

ГРУППЫ ПОДДЕРЖКИ ИЗМЕНЕНИЙ

Социокультурные различия обусловлены не только региональным фактором, но и спецификой расселения и социально-демографическими особенностями населения. Выявление групп поддержки изменений способно повысить эффективность мер по стимулированию инновационного развития.

Исследование показало, что чем больше размер населенного пункта, тем, как правило, выше доверие частным компаниям и научно-образовательным организациям. При этом чем больше город, тем чаще его жители покупают новые товары хотя бы один раз после их появления и тем позитивнее относятся к роботам и искусственному интеллекту. К местной администрации в крупных городах относятся, напротив, более настороженно: чем больше размер города, тем ниже доверие региональной и муниципальной власти.

Существует также связь между социально-демографическими характеристиками человека, его ценностями и поведенческими установками — она показана в Таблице 2.2.

В частности, с ростом уровня образования растет индивидуализм, а с ростом дохода снижается избега-

Таблица 2.2
Связь социально-демографических характеристик и характеристик Хофстеде

	Дистанция власти (1)	Индивидуализм (2)	Напористость (3)	Избегание неопределенности (4)	Долгосрочная ориентация (5)	Гедонизм (6)
Денег хватает на питание	-0,009 (1,271)	-1,208 (0,956)	-0,965 (1,101)	-3,201** (1,280)	-0,151 (1,036)	1,960* (1,093)
Денег хватает на одежду	0,439 (1,206)	-1,180 (0,912)	-1,670 (1,041)	-6,137*** (1,213)	-0,227 (0,989)	4,617*** (1,021)
Денег хватает на бытовую технику	0,155 (1,210)	-1,516 (0,926)	-1,773* (1,051)	-7,786*** (1,220)	-1,272 (0,999)	5,474*** (1,027)
Денег хватает на автомобиль	0,239 (1,265)	-1,738* (0,962)	-2,015* (1,093)	-8,135*** (1,254)	-1,789* (1,049)	6,767*** (1,060)
Денег хватает на квартиру	-1,836 (1,357)	-2,200** (1,025)	-2,407** (1,174)	-9,693*** (1,332)	-1,892* (1,121)	7,901*** (1,140)
Пол	2,361*** (0,455)	-0,573* (0,335)	1,493*** (0,382)	3,467*** (0,415)	1,112*** (0,357)	-0,088 (0,368)
Возраст	-0,002 (0,014)	-0,121*** (0,010)	-0,088*** (0,011)	0,133*** (0,013)	-0,071*** (0,010)	-0,048*** (0,011)
Город размером от 50 тыс. до 250 тыс. человек	1,458** (0,567)	2,052*** (0,424)	-0,355 (0,468)	0,671 (0,516)	0,239 (0,436)	0,229 (0,470)
Город размером более 250 тыс. человек	0,903* (0,481)	2,123*** (0,349)	-0,420 (0,401)	0,753* (0,433)	-0,197 (0,368)	0,076 (0,396)
Среднее образование	1,230 (0,996)	0,207 (0,780)	-1,353 (0,874)	0,167 (0,924)	-2,496*** (0,858)	0,806 (0,975)
Среднее специальное образование	1,634* (0,948)	1,692** (0,744)	-0,456 (0,827)	0,316 (0,880)	-1,139 (0,827)	0,125 (0,947)
Высшее образование	3,578*** (0,991)	3,933*** (0,793)	1,248 (0,875)	0,440 (0,926)	-2,090** (0,876)	0,759 (0,976)
Константа	50,399*** (1,611)	53,914*** (1,257)	49,644*** (1,366)	45,051*** (1,564)	55,952*** (1,347)	53,913*** (1,446)
Наблюдения	5483	5603	5694	5634	5715	5647

*p<0,1; **p<0,05; ***p<0,01[12].
Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Зависимыми переменными в регрессиях являются характеристики Хофстеде. Используется OLS-модель. Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием, для показателя дохода — те, у кого денег не хватает даже на питание. В скобках указаны стандартные ошибки.

12 Здесь и далее по тексту в таблицах с регрессиями в скобках указаны стандартные ошибки. Три звездочки напротив коэффициента означают значимость на 1%-ном уровне, две звездочки — на 5%-ном уровне, одна звездочка — на 10%-ном уровне.

ние неопределенности — ключевой социокультурный блокировщик изменений.

Российское общество неоднородно в отношении к новому (Таблица 2.3). Ключевые группы поддержки проведения изменений — молодые люди в возрасте 18–30 лет, жители городов с населением 250–500 тыс. человек, высокодоходные группы населения. При этом наибольшего сопротивления можно ожидать от наименее обеспеченных групп граждан: низкие доходы, короткий горизонт планирования вместе с высоким избеганием неопределенности блокируют возможности долгосрочных изменений.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Различия в отношении к новому в разных социально-демографических группах определяют потребность в таргетированных мерах, учитывающих специфику страны, региона, особенности ценностей и поведенческих установок разных социально-демографических групп. Таргетированным, например, может быть продвижение потребительских технологий сначала через самые прогрессивные и позитивно настроенные группы (early adopters), затем через остальные группы.

Высокое избегание неопределенности, страх неудачи в обществе требуют мер, направленных на их смягчение — как за счет предоставления более полной информации, так и за счет снижения трансакционных издержек перехода, предоставления дополнительных гарантий для групп сопротивления и т.д.

Потребность в формировании проинновационных ценностей и спрос на образование определяют необходимость разработки и запуска образовательных курсов, отвечающих двум критериям. С одной стороны, они должны формировать востребованные компетенции и ценности; с другой стороны, они должны создавать инфраструктуру для накопления позитивного опыта горизонтальной кооперации.

Необходимо предпринимать меры, которые позволили бы конвертировать нормативную готовность россиян к новым ситуациям и риску в конкретные действия. Необходимы инфраструктурные решения, в которых преимущества от использования передовых решений перевешивали бы издержки (в т.ч. для конкретного исполнителя) от неизбежных трудностей и ошибок переходного периода. Примерами такой инфраструктуры могут быть внутрифирменные инкубаторы инноваций, венчурный подход к инновациям, предлагаемым сотрудниками, обособление в организационной структуре «песочниц» для отработки новых правил и процедур. В области технологического биз-

		«Избегать новых, незнакомых ситуаций не следует: они могут давать новые возможности»	«Государство должно обеспечить всем равные права, а каждый должен заботиться о себе сам»	«Я считаю, что открытие своего бизнеса — хороший карьерный выбор»	«Имею планы на период более трех лет»
Возраст	18–30	86%	61%	92%	39%
	31–45	79%	56%	85%	41%
	46–60	60%	54%	80%	38%
	Старше 60	45%	53%	80%	30%
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн	75%	60%	84%	41%
	500 тыс.–1 млн	76%	60%	84%	39%
	250 тыс.–500 тыс.	75%	54%	84%	34%
	100 тыс.–250 тыс.	75%	57%	84%	40%
	50 тыс.–100тыс.	56%	53%	85%	31%
	Менее 50 тыс.	57%	53%	84%	35%
Доход	Денег не хватает даже на питание	52%	46%	77%	21%
	На питание денег хватает	52%	50%	80%	26%
	На одежду, обувь денег хватает	63%	53%	84%	35%
	На бытовую технику денег хватает	71%	58%	85%	40%
	На автомобиль денег хватает	78%	62%	85%	45%
	На квартиру или дом денег хватает	78%	64%	87%	45%

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). В ячейках показана доля респондентов, согласных с утверждением. Например, 86% респондентов в возрасте 18–30 лет считают, что новые, незнакомые ситуации дают новые возможности. Чем насыщеннее зеленый цвет, тем больший процент представителей соответствующей социально-демографической группы ответили утвердительно. Чем насыщеннее красный цвет, тем меньше представителей соответствующей социально-демографической группы ответили утвердительно.

Таблица 2.3
Отношение к изменениям, социально-демографический разрез

неса это может проявляться в демпфировании страха неудачи через развитие культуры неудач (failure culture), в том числе с помощью:

- проведения мероприятий по обмену опытом историй неудач в бизнесе. Аналог — конференция FailCon в США, Европе, Израиле и Бразилии, где предприниматели делятся опытом неудач в бизнесе. Аналогичные конференции есть в Москве и Екатеринбурге;
- введения проектной деятельности в систему общего и дополнительного образования, предоставления возможности обучающимся принимать участие в реальных проектах;
- информационной и организационной поддержки сообществ людей, которые предпринимали попытку создать бизнес, но по тем или иным причинам потерпели неудачу.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью.

БИБЛИОГРАФИЯ

Аузан А.А., Авдиенкова М.А., Андреева Д.А., Бахтигараева А.И., Брызгалин В.А., Бутаева К.О., Вебер Ш., Давыдов Д.В., Золотов А.В., Никитин К.М., Никишина Е.Н., Припузова Н.А., Ставинская А.А. (2017). Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ (https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/report-sf-2017-10-12.pdf).

Земцов С., Баринова В. (2016). Смена парадигмы региональной инновационной политики в России: от выравнивания к «умной специализации» // Вопросы экономики. № 10. С. 65–81.

Изменения и перемены. Пресс-выпуск «Левада-центра» от 19 июня 2018 г. (www.levada.ru/2018/06/19/izmeneniya-i-peremeny/).

Президент Владимир Путин: оценки работы и ожидания. Пресс-выпуск ВЦИОМ от 7 мая 2018 г. Москва: ВЦИОМ (https://wciom.ru/index.php?id=236uid=9080).

Рейтинг инновационного развития субъектов РФ. (2017). Выпуск 5. НИУ ВШЭ (www.hse.ru/data/2017/06/22/1170263711/RIR2017.pdf).

Российское общество после президентских выборов — 2018: запрос на перемены (2018). Москва: ФНИСЦ РАН (www.isras.ru/rezyume_ros_obschestvo_2018).

Социальный атлас российских регионов. (2010). Независимый институт социальной политики (www.socpol.ru/atlas/typology/index.shtml).

Тамбовцев В.Л. (2018). Инновации и культура: важность методологии анализа // Вопросы экономики. № 9. С. 70–94.

Antonczyk R.C., Salzmann A.J. (2012). Venture Capital and Risk Perception // Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Vol. 82. № 4. P. 389–416.

Chen Y., Podolski E.J., Veeraraghavan M. (2017). National Culture and Corporate Innovation // Pacific-Basin Finance Journal. № 43. P. 173–187.

Cornell University, INSEAD, WIPO. (2018). The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. Ithaca, Fontainebleau, Geneva (www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4330).

Fernandez D.R., Carlson D.S., Stepina L.P., Nicholson J.D. (1997). Hofstede's Country Classification 25 Years Later // The Journal of Social Psychology. Vol. 137. № 1. P. 43–54.

Flash Eurobarometer "Entrepreneurship in the EU and beyond" (#354). (2012). (ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_354_en.pdf).

Fritsch M., Falck O. (2007). New Business Formation by Industry over Space and Time: A Multidimensional Analysis // Regional Studies. Vol. 41. № 2. P. 157–172.

Fritsch M., Storey D.J. (2014). Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges // Regional Studies. Vol. 48. P. 939–954

Herbig P.A., Miller J.C. (1993). Culture and Technology: Does the Traffic Move in Both Directions? // Journal of Global Marketing. Vol. 6. № 3. P. 75–104.

Hofstede G. (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage publications (www.hofstede-insights.com).

Hofstede G. (2013). Replicating and Extending Cross-National Value Studies: Rewards and Pitfalls — An Example from Middle East Studies // AIB Insights. Vol. 13. № 2. P. 5–7.

Jennings M.K., Stoker L. (2004). Social Trust and Civic Engagement across Time and Generations // Acta politica. Vol. 39. № 4. P. 342–379.

Kaasa A., Vadi M. (2008). How Does Culture Contribute to Innovation? Evidence from European Countries // University of Tartu-Faculty of Economics Business Administration Working Paper Series. № 63.

Khan R., Cox P. (2017). Country Culture and National Innovation // Archives of Business Research. Vol. 5. № 2.

Li Y., Zahra S.A. (2012). Formal Institutions, Culture, and Venture Capital Activity: A Cross-Country Analysis // Journal of Business Venturing. Vol. 27. № 1. P. 95–111.

Minkov M. (2011). Cultural Differences in a Globalizing World. Emerald Group Publishing.

Park C.M., Chull Shin D. (2006). Popular Support for Democracy and its Institutions in Korea: The Dynamics and Sources of Regime Support and Institutional Trust // International Review of Sociology. Vol. 16. № 3. P. 665–681.

Rohner D., Thoenig M., Zilibotti F. (2013). Seeds of Distrust: Conflict in Uganda // Journal of Economic Growth. Vol. 18. № 3. P. 217–252.

Shane S. (1993). Cultural Influences on National Rates of Innovation // Journal of Business Venturing. Vol. 8. № 1. P. 59–73.

Waarts E., Everdingen Y. van (2005). The Influence of National Culture on the Adoption Status of Innovations: An Empirical Study of Firms across Europe // European Management Journal. Vol. 23. № 6. P. 601–610.

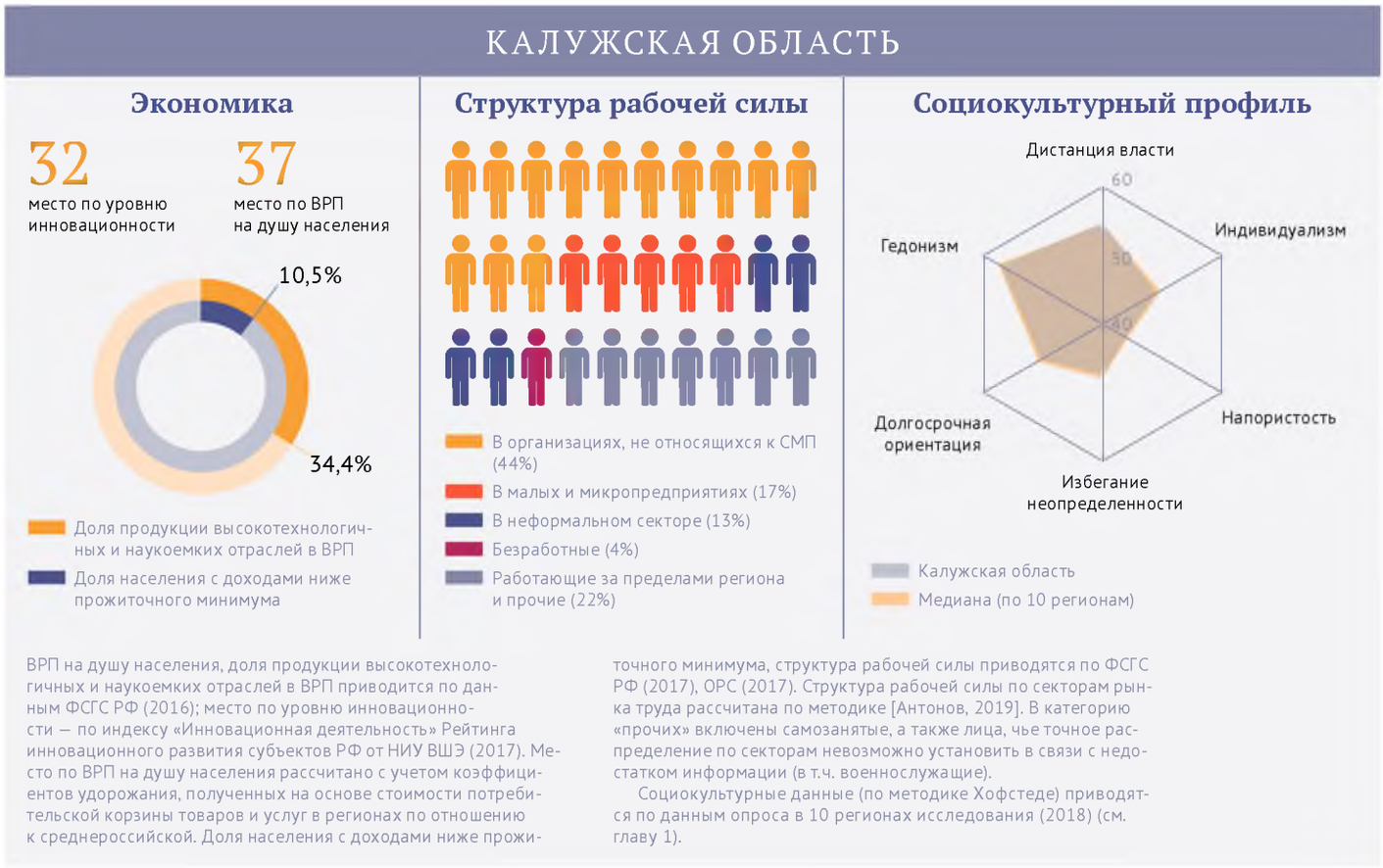
3. БЛИЖЕ, ЧЕМ КАЖЕТСЯ: РЕГИОНЫ С ПРЕИМУЩЕСТВЕННО РУССКОЯЗЫЧНЫМ НАСЕЛЕНИЕМ

В главе рассматриваются возможности инновационного развития в ситуации, когда дистанция власти в обществе сравнительно высока, а доверие региональным и муниципальным властям, напротив, на невысоком уровне.

Семь регионов исследования — Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область — на первый взгляд, кажутся совсем разными. Они различаются по структуре экономики, уровню подушевого ВРП, индексу инновационной активности, но демонстрируют схожий социокультурный профиль[1]. Это позволяет предположить, что, несмотря на разный уровень экономического развития (от высоко- до среднеразвитого), вызовы и возможности для инновационного развития, обусловленные социокультурными факторами, здесь могут быть схожими (Рисунки 3.1–3.7).

В указанных регионах близкие значения дистанции власти и индивидуализма. Здесь больше доверяют

Рисунки 3.1–3.7 Социально-экономические и социокультурные показатели семи регионов



ВРП на душу населения, доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП приводится по данным ФСГС РФ (2016); место по уровню инновационности — по индексу «Инновационная деятельность» Рейтинга инновационного развития субъектов РФ от НИУ ВШЭ (2017). Место по ВРП на душу населения рассчитано с учетом коэффициентов удорожания, полученных на основе стоимости потребительской корзины товаров и услуг в регионах по отношению к среднероссийской. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, структура рабочей силы приводятся по ФСГС РФ (2017), ОРС (2017). Структура рабочей силы по секторам рынка труда рассчитана по методике [Антонов, 2019]. В категорию «прочих» включены самозанятые, а также лица, чье точное распределение по секторам невозможно установить в связи с недостатком информации (в т.ч. военнослужащие).

Социокультурные данные (по методике Хофстеде) приводятся по данным опроса в 10 регионах исследования (2018) (см. главу 1).

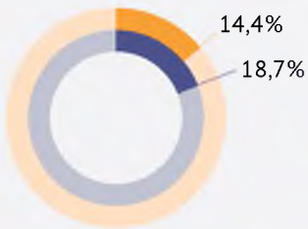
1 По данным проведенного исследования, краткая характеристика которого приводится в справке к этой главе, а полная — в главе 1 «Как устроено исследование». В той же главе 1 поясняется применяемый в докладе подход к оценке воздействия социокультурного фактора на инновационное развитие и развитие предпринимательства. Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде; их краткая характеристика приводится в справке к этой главе, полная — в главе 1.

КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ

Экономика

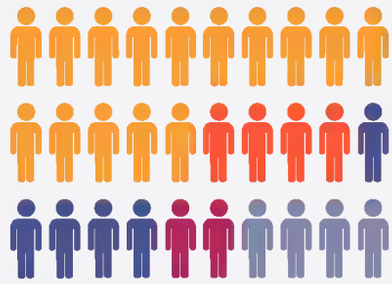
9 место по уровню инновационности

11 место по ВРП на душу населения



- Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП
- Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума

Структура рабочей силы



- В организациях, не относящихся к СМП (50%)
- В малых и микропредприятиях(13%)
- В неформальном секторе (18%)
- Безработные (6%)
- Работающие за пределами региона и прочие (13%)

Социокультурный профиль

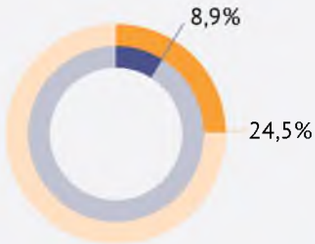
- Красноярский край
- Медиана (по 10 регионам)

МОСКВА

Экономика

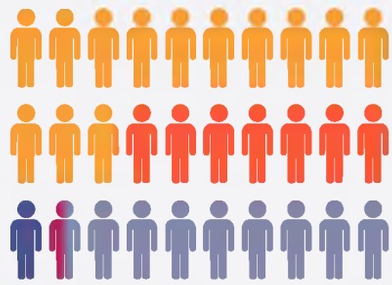
4 место по уровню инновационности

6 место по ВРП на душу населения



- Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП
- Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума

Структура рабочей силы



- В организациях, не относящихся к СМП (43%)
- В малых и микропредприятиях (23%)
- В неформальном секторе (3%)
- Безработные (1%)
- Работающие за пределами региона и прочие (29%)

Социокультурный профиль

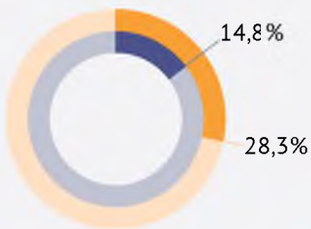
- Москва
- Медиана (по 10 регионам)

НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Экономика

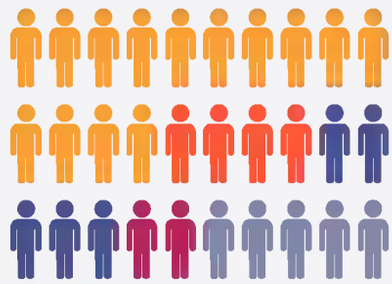
55 место по уровню инновационности

23 место по ВРП на душу населения



- Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП
- Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума

Структура рабочей силы



- В организациях, не относящихся к СМП (47%)
- В малых и микропредприятиях (13%)
- В неформальном секторе (18%)
- Безработные (5%)
- Работающие за пределами региона и прочие (18%)

Социокультурный профиль

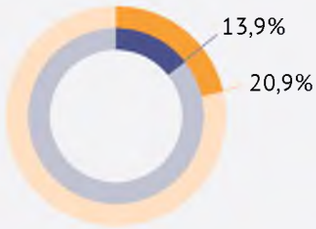
- Новгородская область
- Медиана (по 10 регионам)

РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Экономика

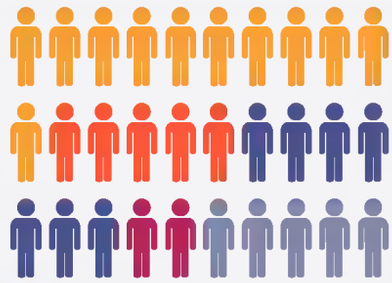
21 место по уровню инновационности

54 место по ВРП на душу населения



- Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП
- Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума

Структура рабочей силы



- В организациях, не относящихся к СМП (37%)
- В малых и микропредприятиях (16%)
- В неформальном секторе (26%)
- Безработные (6%)
- Работающие за пределами региона и прочие (16%)

Социокультурный профиль

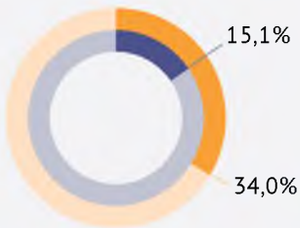
- Ростовская область
- Медиана (по 10 регионам)

УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Экономика

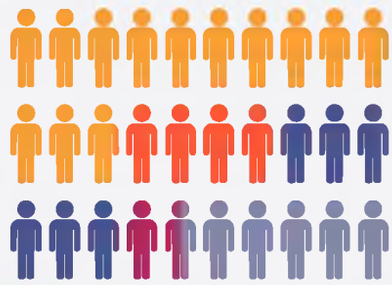
53 место по уровню инновационности

55 место по ВРП на душу населения



- Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП
- Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума

Структура рабочей силы



- В организациях, не относящихся к СМП (43%)
- В малых и микропредприятиях (14%)
- В неформальном секторе (20%)
- Безработные (5%)
- Работающие за пределами региона и прочие (19%)

Социокультурный профиль

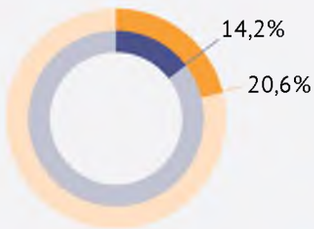
- Ульяновская область
- Медиана (по 10 регионам)

ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Экономика

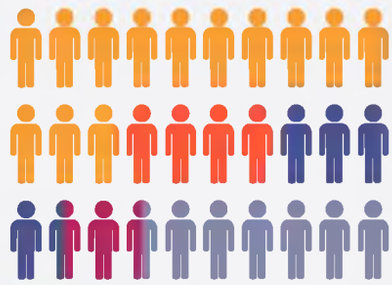
23 место по уровню инновационности

26 место по ВРП на душу населения



- Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП
- Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума

Структура рабочей силы



- В организациях, не относящихся к СМП (43%)
- В малых и микропредприятиях (14%)
- В неформальном секторе (15%)
- Безработные (7%)
- Работающие за пределами региона и прочие (22%)

Социокультурный профиль

- Челябинская область
- Медиана (по 10 регионам)

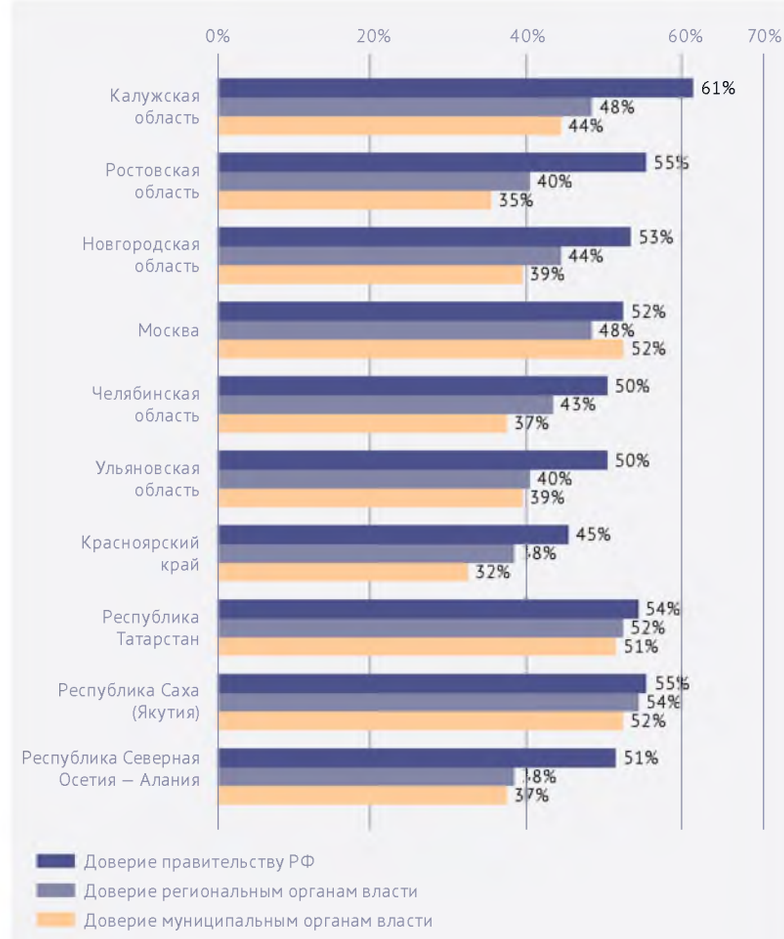
федеральным властям, а региональным и муниципальным — меньше (Рисунок 3.8). В данной группе регионов преобладает сдержанное отношение к предпринимательству как к карьере, но сравнительно более позитивное отношение к новым продуктам и технологиям[2].

> *Превышение доверия к федеральным властям над доверием региональным и муниципальным властям — российская особенность, ярко контрастирующая с западными странами (Рисунок 3.9). Вероятно, вследствие высокой дистанции власти в России: чем дальше от человека власть, тем больше доверия она вызывает.*

Отдельного внимания заслуживает присутствие в группе Москвы — субъекта федерации, явно отличающегося по своим социально-экономическим и социокультурным характеристикам от других регионов исследования. Но если сравнивать социокультурные характеристики (по методике Хофстеде) Москвы с другими крупными городами исследования, то различий практически нет. Москва испытывает те же социокультурные ограничения и обладает теми же социокультурными возможностями, что и другие крупные города из регионов группы (особенно если принять во внимание степень концентрации социально-экономической активности).

В чем Москва действительно отличается — это в сравнительно высоком доверии региональным и муниципальным властям. По этому показателю Москву скорее можно ставить в один ряд с Якутией и Татарстаном (Рисунок 3.8). Местная власть, таким образом, может выступать здесь активным агентом изменений.

Схожесть социокультурного профиля регионов группы говорит о том, что, несмотря на значительные экономические различия, субъекты РФ, где родным языком большей части населения является русский, сталкиваются со схожими социокультурными ограничителями и драйверами. В целом социокультурный профиль, характерный для рассматриваемых регионов, является не самым оптимальным для «инновационного рывка»: движение по треку инновационного развития здесь можно сравнить с машиной, которая едет на ручном тормозе (в роли которого выступают социокультурные ограничения). И лишь от мощности ее мотора — то есть от совокупности социально-экономических факторов — зависит текущая скорость. Закономерен вопрос: можно ли сделать движение более оптимальным за счет более эффективного использования выявленных черт социокультурного профиля?



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 3.8 Институциональное доверие федеральным, региональным, муниципальным органам власти (процент ответивших «Полностью доверяю» и «Скорее доверяю»)

ТОЧКИ ОПОРЫ: ИНДИВИДУАЛИЗМ И ГОТОВНОСТЬ К НОВОМУ

Первой точкой опоры для стимулирования инновационного развития в рассматриваемых регионах является более высокий (относительно национальных республик) индивидуализм[3]. Люди здесь в меньшей степени ориентируются на мнение окружающих, менее инертны и в большей степени склонны к изменениям. Высокие значения индивидуализма обычно связаны с более выраженной изобретательской активностью и склонностью к инновационной деятельности в целом[4] (Рисунок 3.10).

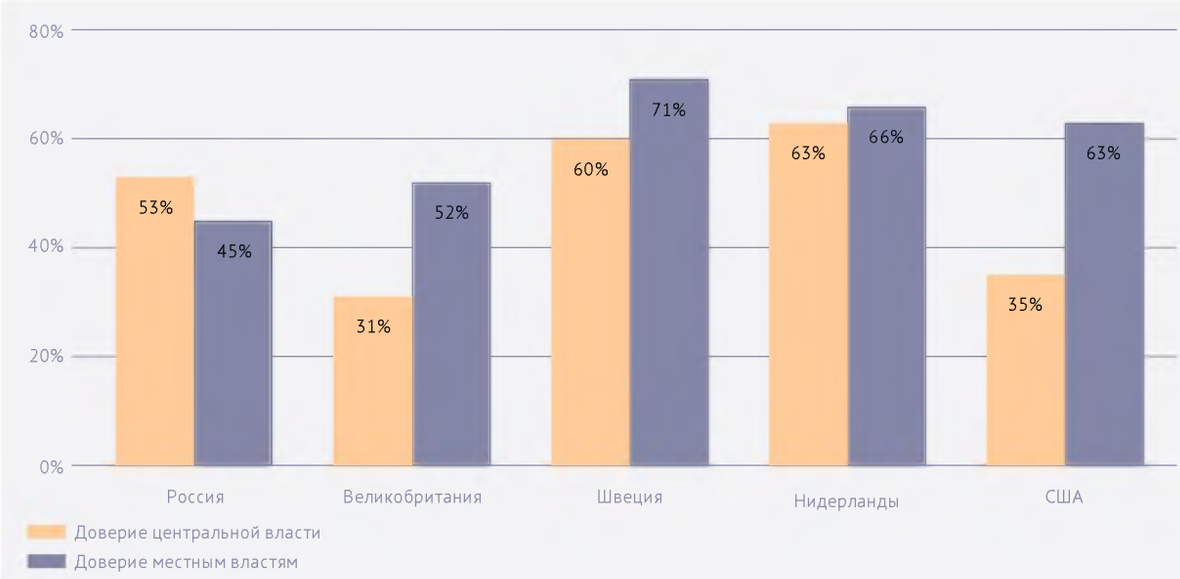
Другое дело, что индивидуализм не должен вести к атомизации общества — важны горизонтальные связи, коммуникация за пределами устоявшегося круга родных и друзей, готовность деятельно включаться в жизнь (со)общества. Распространенность патерналистских настроений (в среднем 41% по выборке считает, что государство должно заботиться о каждом человеке) указывает на то, что для активизации «инновационного» потенциала индивидуализма необходима инфраструктура, которая бы мягко «подталкивала» человека к включению в сферу технологического предпринимательства и обеспечивала бы ему комфортные условия для старта.

Вторая точка опоры — сравнительно высокая готовность к потреблению новых товаров (по крайней мере,

2 Несмотря на общую культурную схожесть по отдельным социокультурным показателям, в данной группе регионов наблюдаются некоторые различия. Самый высокий показатель дистанции власти, один из самых высоких показателей доверия федеральным органам власти и одновременно один из самых низких показателей доверия региональным и муниципальным властям зафиксирован в Ростовской области. Вместе с высоким избеганием неопределенности (наблюдаемой по всей выборке) эти факторы (за исключением высокого доверия федеральным властям) могут ограничивать готовность к инновационной активности в регионе в целом. Среди рассматриваемых регионов сравнительно высокий уровень индивидуализма наблюдается в Москве и Ульяновской области, что является фактором поддержки инновационного развития.

3 Результат получен с использованием регрессионного анализа методом OLS и учитывает различия в социально-демографических характеристиках респондентов. Проверка методами статистического анализа альтернативных показателей индивидуализма подтвердила вывод. Различия с Северной Осетией обусловливаются спецификой самой республики, различия с Татарстаном и (в меньшей степени) с Якутией обусловлены спецификой коренных народностей.

4 См., например: Williams, McGuire, 2010; Khan, Cox, 2017; Lynn, Gelb, 1996; Taylor, Wilson, 2012; Antonczyk, Salzmann, 2002; Thomas, Mueller, 2000; Chen et al., 2017.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), а также по данным Standard Eurobarometer 90 (2018, для европейских стран, http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2215_90_3_STD90_ENG) и Gallup (2018, для США, https://news.gallup.com/poll/5392/trust-government.aspx). В качестве стран-бенчмарков для сравнения с Россией берется топ-5 стран по среднему значению Global Innovation Index за пять лет (2014–2018) (в данном случае — кроме Швейцарии в силу отсутствия данных).

Рисунок 3.9
Доверие центральным и местным властям в России и западных странах

декларативная), которая определяет размеры потенциального рынка для инновационной продукции[5]. Больше 80% респондентов из данной группы регионов готовы пробовать новый товар сразу же после его появления на рынке (Рисунок 3.11). Позитивнее жителей других регионов исследования они относятся также к радикальным инновациям — медицинским роботам и использованию искусственного интеллекта в медицинской диагностике.

Третья точка опоры — города и агломерации. Города не только являются центрами притяжения человеческих и финансовых ресурсов, но и обладают социокультурными особенностями, важными для инновационного развития. Эконометрический анализ[6] показывает, что чем больше размер города, тем выше индивидуализм его жителей, тем чаще они ориентируются на свое мнение, а не на мнение окружающих, тем более склонны к потреблению инноваций или к их «допуску» в повседневную жизнь (например, в виде беспилотного общественного транспорта). Жители городов мягче относятся к предпринимательской неудаче и охотнее готовы дать второй шанс прогоревшему предпринимателю, реже считают, что не стоит начинать бизнес, если есть риск его провала (Рисунок 3.12).

Различия в социокультурном профиле города и региона особенно заметны на примере Ростовской области (Рисунок 3.13).

Это означает, что инновационное развитие в рассматриваемых регионах должно выстраиваться по иерархическому принципу: сначала крупнейший город (в данном случае Ростов-на-Дону), в случае успеха — во вторых по размеру/значимости городах и так далее. О локализации инновационной деятельности в городских агломерациях и необходимости использования своего набора инструментов стимулирования инновационной политики в разных типах населенных пунктов упоминается и в других работах по теме (см., например [Земцов, Баринова, 2016]).

БАРЬЕРЫ: ДИСТАНЦИЯ ВЛАСТИ И ДОВЕРИЕ

Ключевой барьер на пути инновационного развития для этой группы регионов — сравнительно высокий уровень дистанции власти[7]. Высокая дистанция власти — традиционная для российского общества и глубоко укоренившаяся в общественном сознании черта: «Царь хороший — бояре плохие», «Вот приедет барин — барин нас рассудит» и т.д.

Готовность принимать неравномерное распределение власти и статуса в обществе, вера в сакральность власти и одновременно неготовность ее контролировать, обеспечивать ее подотчетность обществу проявляются в низкой инициативности и как следствие — в низкой инновационной активности. Это проявляется и при работе по найму (и, соответственно, сказывается на предложении внутрифирменных инноваций): для 81% респондентов (в семи рассматриваемых регионах) важно иметь начальника, которого можно уважать; при этом 40% заявили, что, по их опыту, подчиненные обычно или всегда боятся перечить начальству (и только 6% не сталкивались с подобной ситуацией).

«Сакральность» власти проявляется и в специфике институционального доверия (Таблица 3.1). Чем дальше от человека власть, тем большее доверие она вызывает. Эконометрические расчеты показывают статистически значимую связь: чем выше дистанция власти, тем ниже доверие региональным властям.

Позитивное следствие высокой дистанции власти — относительная успешность в реализации мобилизационных проектов, запускаемых государством и требующих для их концентрации серьезных усилий. Это связано с тем, что высокая дистанция власти →

5 Результат получен с использованием регрессионного и логит-анализа и учитывает различия в социально-демографических характеристиках респондентов.

6 Вывод о различиях по показателю индивидуализма между городами разного размера получен с помощью регрессионного анализа методом логит и OLS и учитывает различия в социально-демографических характеристиках респондентов. Результат устойчив для альтернативных показателей индивидуализма.

7 Вывод о более высоком уровне дистанции власти по сравнению с национальными республиками получен на основе регрессионного анализа методом OLS и учитывает различия в социально-демографических характеристиках респондентов.

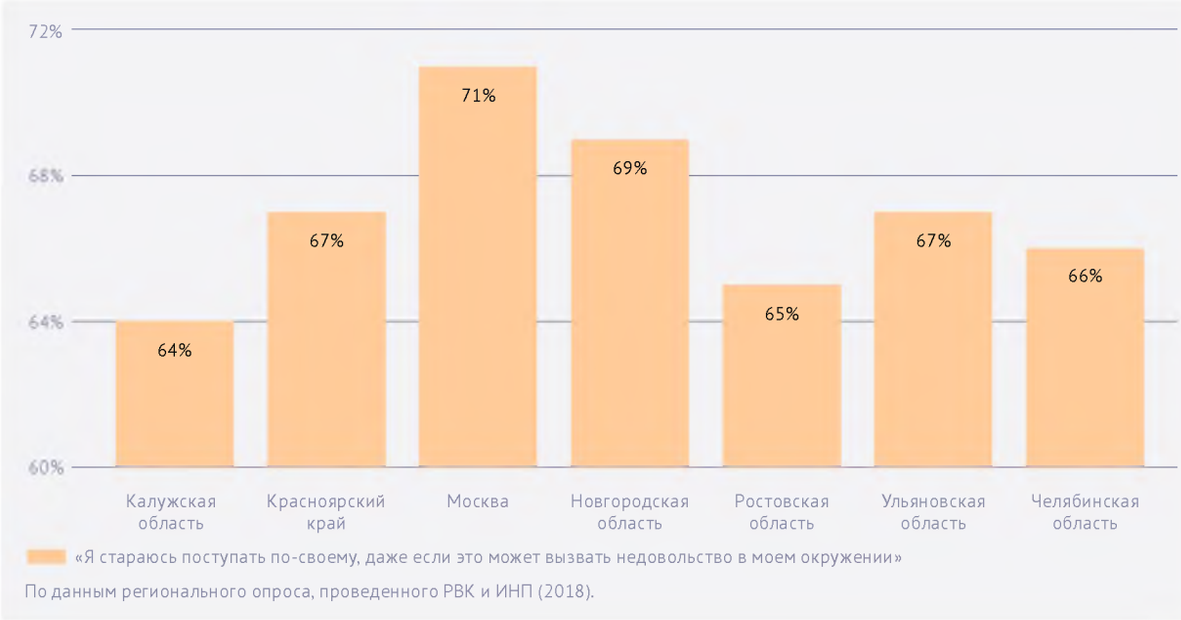


Рисунок 3.10
Склонность к индивидуализму в регионах — согласие с суждением «Я стараюсь поступать по-своему, даже если это может вызвать недовольство в моем окружении» (vs. «Я стараюсь поступать так, как принято в моем окружении»)[8]

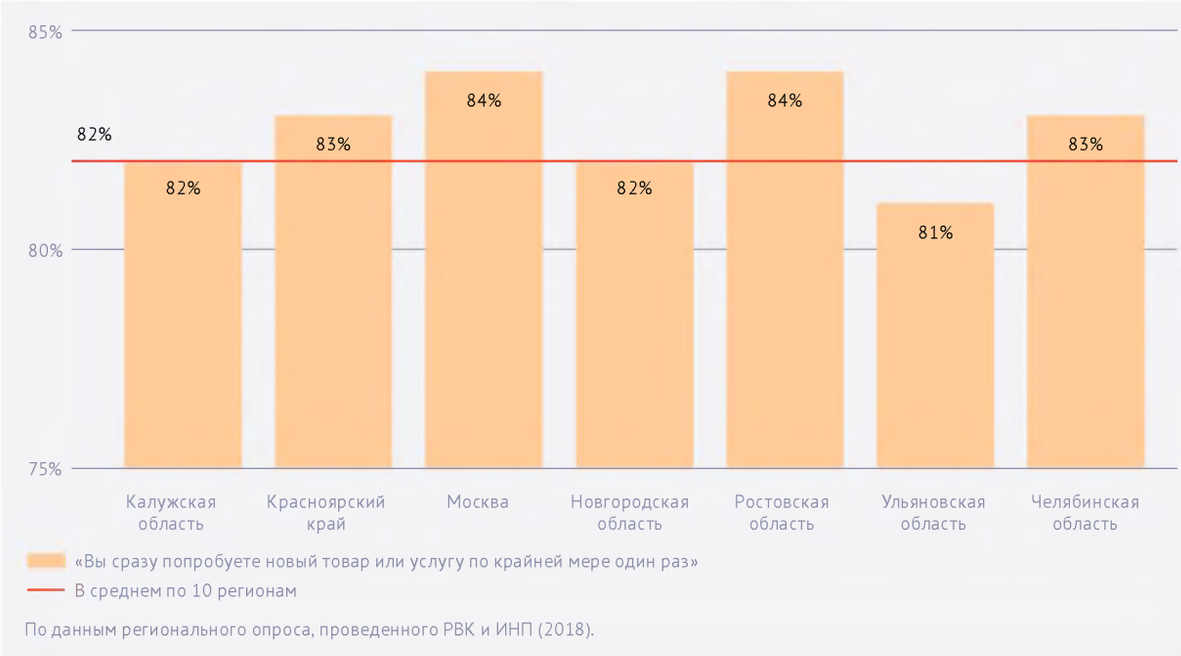


Рисунок 3.11
Готовность потреблять новые товары — согласие с суждением «В целом, когда новый товар или услуга появляется в продаже и позволяет заменить продукт, который вы регулярно покупаете и которому доверяете, вы сразу попробуете новый товар или услугу по крайней мере один раз» (vs. «Предпочтете продолжать покупать продукт, которому вы доверяете»)

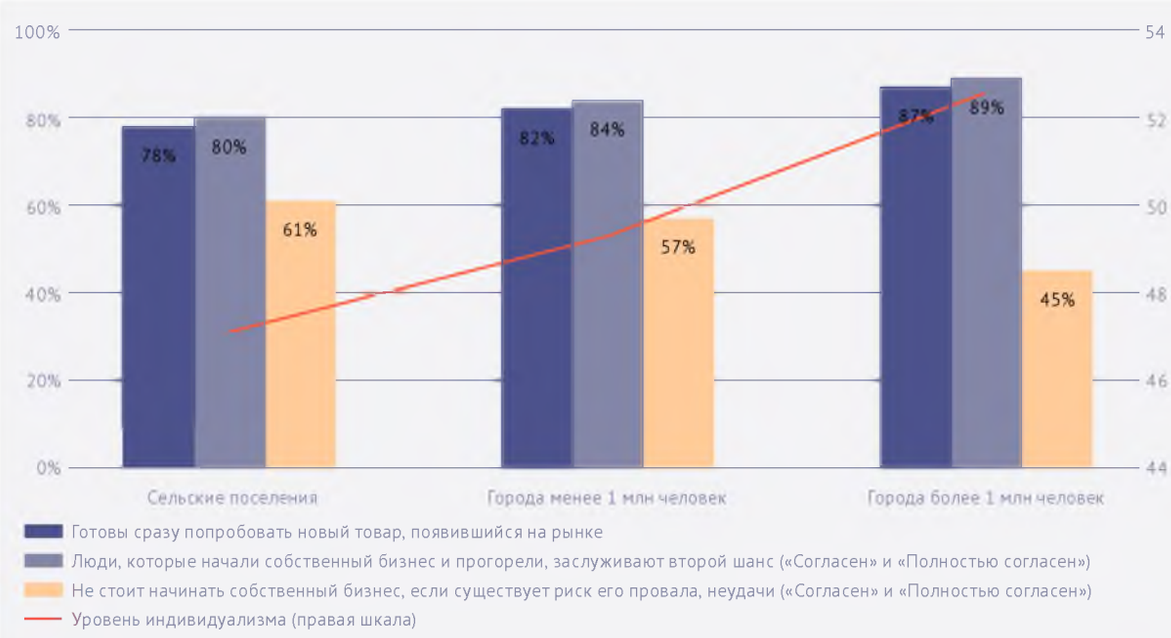
предполагает готовность общества к неравномерному распределению власти, иерархичности и бюрократичности — важным условиям для инициированного «сверху» мобилизационного рывка [Shane et al., 1995]. Однако при запуске масштабных проектов — строительстве технопарков, кластеров и др. — основной вызов состоит не только в строительстве и запуске работ, но обеспечении долгосрочных устойчивых эффектов программы, после снижения внимания к проекту со стороны власти.

В краткосрочном периоде для инновационного развития высокая дистанция власти и низкое доверие региональным и муниципальным властям могут означать сравнительно большую эффективность проектного подхода и программ, запускаемых на федеральном, но не региональном уровне.

Возможное следствие высокой дистанции власти и низкого институционального доверия — относительно низкий уровень предпринимательской активности по сравнению с национальными республиками. В семи рассматриваемых регионах в среднем 27% респондентов предполагают в ближайшие три года самостоятельно или вместе с другими организовать новый бизнес (против 41% в Северной Осетии, 34% в Татарстане и 36% в Якутии)[9]. Здесь же наблюдается менее позитивное по сравнению с национальными республиками отношение к предпринимательству: 61% посоветовали бы карьеру предпринимателя своим детям, тогда как в национальных республиках, участвовавших в опросе — 69% (Рисун-

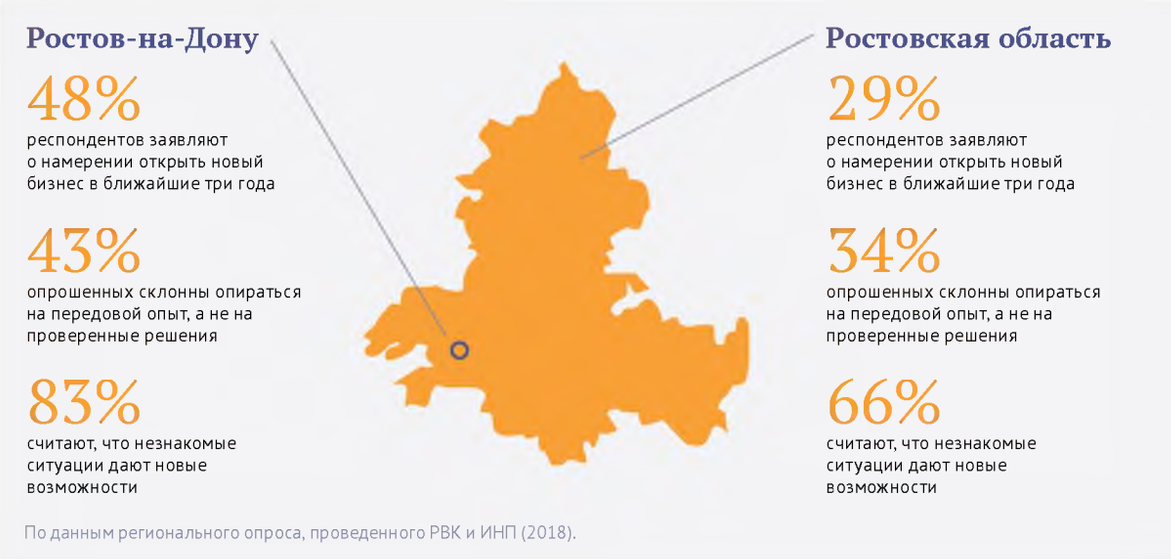
8 Для Северной Осетии значение показателя составило 58%, для Татарстана — 62%, для Якутии — 66%. Различия с большинством регионов статистически значимы на 5%-ном уровне.

9 Достаточно высокие предпринимательские намерения в текущем исследовании могут объясняться в частности вынужденным предпринимательством. По данным GEM, в 2018 г. в России доля вынужденных предпринимателей составляла 39,9%. Это означает, что предпринимательство может рассматриваться как альтернативный работе по найму источник получения доходов. Примечательно, что на близкий вопрос, задаваемый GEM в 2018 г., «Планируете ли вы в ближайшие три года открыть бизнес, всем или частью которого вы будете владеть?», только 5,1% опрошенных респондентов по России давали утвердительный ответ. Вероятно, при такой формулировке респонденты не включали в понятие «бизнес» самозанятость и некоторые формы индивидуального предпринимательства (подробнее см. главу 10 «„Умный, целеустремленный, честный“: предпринимательство — привлекательный карьерный трек?»).



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 3.12
Различия по показателям готовности пробовать новые товары, отношения к «прогоревшим» предпринимателям, риску неудачи и уровня индивидуализма между разными населенными пунктами



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 3.13
Различия в установках между Ростовом-на-Дону и Ростовской областью

	Доверие федеральным властям logistic (1)	Доверие региональным властям logistic (2)	Доверие местным властям logistic (3)	Доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной) OLS (4)
Дистанция власти	-0,003 (0,002)	-0,006*** (0,002)	-0,005** (0,002)	-0,003*** (0,001)
Учитывается доход	Да	Да	Да	Да
Учитывается образование	Да	Да	Да	Да
Учитывается размер города	Да	Да	Да	Да
Учитывается пол	Да	Да	Да	Да
Учитывается возраст	Да	Да	Да	Да
Наблюдения	5438	5396	5420	5348

*p<0,1; **p<0,05; ***p<0,01.
Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). В моделях 1, 2 и 3 зависимая переменная принимает значение 1, если человек ответил «Скорее доверяю» или «Полностью доверяю» на вопрос о доверии федеральным, региональным и местным властям соответственно (используется логит-модель). В модели 4 зависимая переменная — фактор из ответов на вопросы о доверии федеральной, региональной и местной власти (используется OLS-модель). В регрессиях учитывается доход, образование, размер города проживания, пол и возраст респондента. В скобках указаны стандартные ошибки.

Таблица 3.1
Связь между показателем дистанции власти и доверием разным уровням власти

ки 3.14–3.15)[10]. Это означает, что даже несмотря на более позитивное отношение к новым технологиям в целом, в регионах, где родным языком большей части населения является русский, в силу несколько более скептического отношения к карьере предпринимателя могут быть сложности с развитием технологического предпринимательства.

Для данной группы регионов наблюдается значительный разрыв между долей людей, считающих, что открытие своего дела — хороший карьерный выбор, и долей тех, кто считает, что общество придерживается такого же мнения (Рисунок 3.16). Это позволяет предположить, что работа с общественным мнением и популяризация работы предпринимателя может повысить готовность им становиться и снизить страхи, связанные с негативной оценкой подобного карьерного выбора окружающими.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Для стимулирования инновационного развития в данной группе регионов, для повышения эффективности уже реализуемой политики в этом направлении важно не только опираться на конкурентные преимущества, следующие из социально-экономического разнообразия регионов и городов, но и принимать во внимание их контр- и проинновационные социокультурные особенности.

Социокультурные предпосылки инновационного развития данной группы регионов связаны, во-первых, с бо́льшим индивидуализмом, с бо́льшим спросом на инновации, а также с относительно высоким уровнем доверия федеральным властям. В комплексе это определяет перспективность:

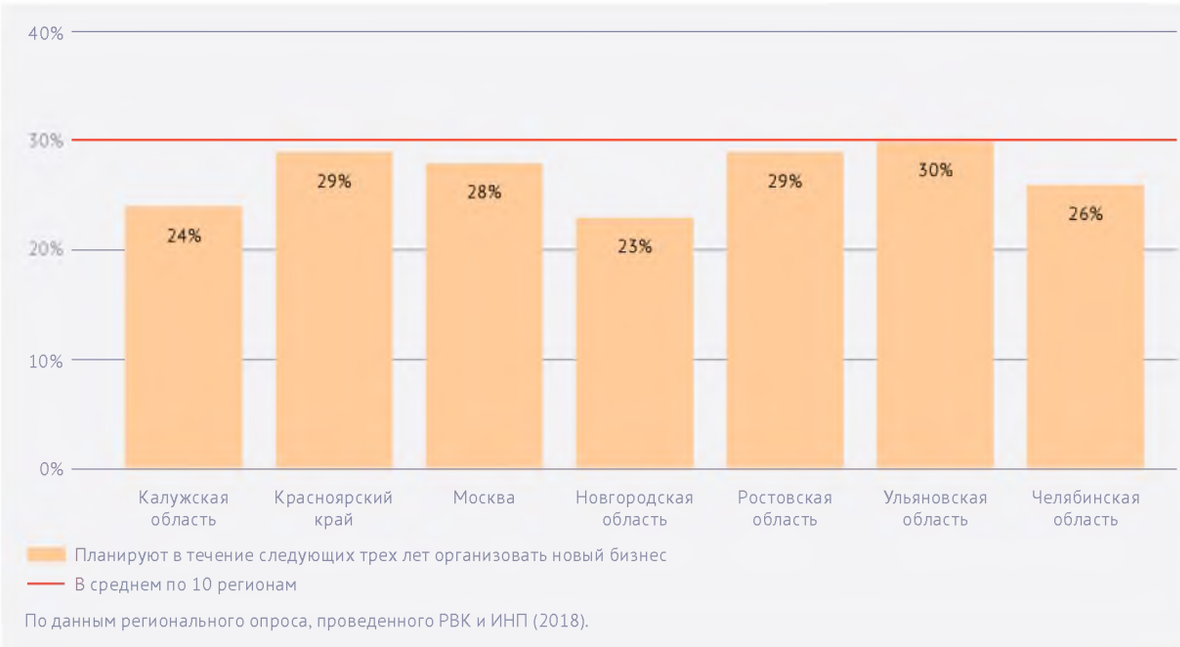
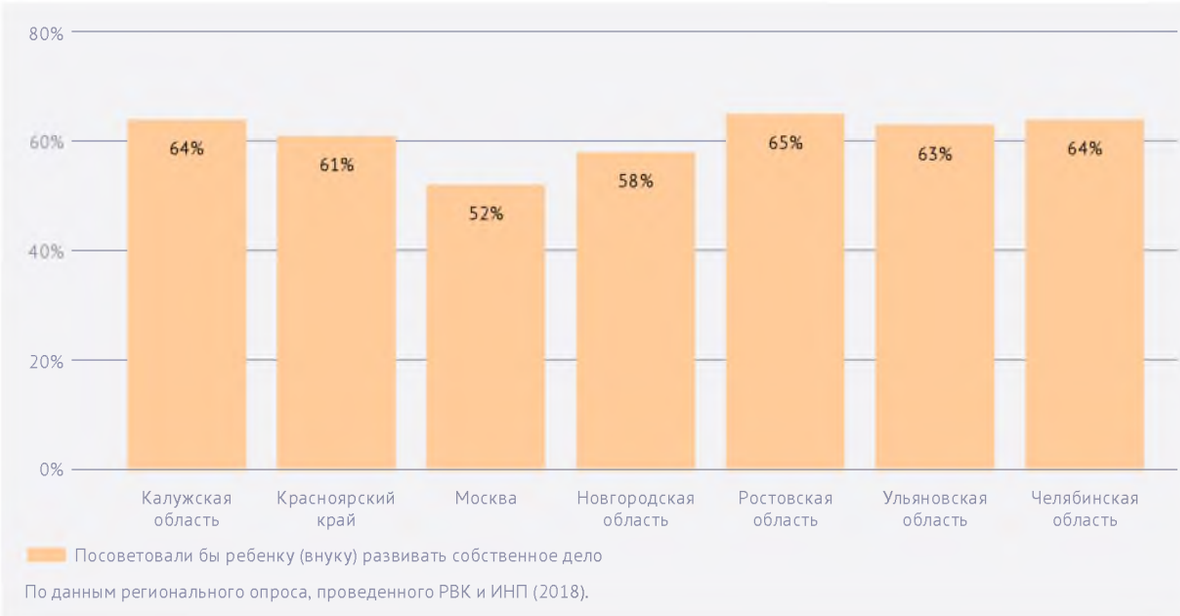


Рисунок 3.14
Предпринимательские намерения («Предполагаете ли вы — самостоятельно или вместе с другими — в течение следующих трех лет организовать новый бизнес?»)



Рисунки 3.15
Отношение к предпринимательству как к карьере («Представьте, что ваш ребенок (внук) выбирает между развитием собственного дела и устройством на работу в уже существующей организации и спрашивает у вас совета. Что бы вы ему посоветовали?» vs. «Устроиться наемным работником»)

10 По этническим группам разрыв еще больше: по данным опроса карьеру предпринимателя посоветовали бы своим детям 67% русских, 77% якутов, 78% татар, 85% осетин. Различия статистически значимы на 5%-ном уровне.

Рисунок 3.16
Восприятие предпринимательства как карьеры (согласие с суждениями)

- задействования федеральных властей как партнера инновационных программ / программ поддержки предпринимательства для большей вовлеченности населения;
- выстраивания «диффузной» стратегии вывода новых товаров на рынки: от более крупных городов — к средним и малым; от более развитых субъектов — к менее развитым; «привязка» планов по выводу новых продуктов к инфраструктуре (физической и виртуальной), связывающей более и менее «продвинутых» субъектов (например, город и окружающую его область/районы), — к транспортной инфраструктуре, существующим сетевым компаниям (супермаркетам, салонам связи, банковским офисам).

Во-вторых, с улучшением отношения в обществе к предпринимательской деятельности и повышением готовности стать предпринимателем (технологическим предпринимателем) путем популяризации предпринимательства через медиа и success stories, а также через развитие инфраструктуры культуры неудач (failure culture), то есть различных сервисов, как (отчасти) демпфирующих предпринимательский риск, так и поддерживающих предпринимателя в случае неудачи.

В-третьих, в долгосрочном периоде — со снижением дистанции власти, повышением доверия к региональным властям, повышением уровня инициативности людей и их готовности брать на себя ответственность за происходящее, готовности не ждать помощи со стороны власти и становиться более активным экономическим агентом, в том числе путем создания собственного бизнеса. Этому может способствовать в т.ч.:

- задействование региональных и местных властей как участника инновационных программ / программ поддержки предпринимательства для постепенного роста доверия к ним;
- внедрение и распространение горизонтальных образовательных практик любых форматов, где нет традиционной передачи знания «от преподавателя к ученику», а где школьники (студенты) работают наравне с учителями (преподавателями, в качестве которых в том числе могут выступать инноваторы, предприниматели, иные агенты инновационного процесса); во время взаимодействия осуществляется разбор кейсов, лучших практик, происходит обмен опытом предпринимательской / инновационной деятельности (в том числе в рамках программ акселерации проектов). В разных регионах такая деятельность может проводиться разными типами «игроков» локальной инновационной экосистемы. Часто эффективной оказывается связка «региональная власть плюс региональный университет»[11];
- привлечение к преподаванию наставников/менторов не из системы образования и не связанных корпоративными правилами, в т.ч. в отношении оплаты их труда (их деятельность должна финансироваться из не зависящего от учебного заведения источника) — для преодоления жесткой вертикальной иерархии отношений между учеником и учителем.

В-четвертых, с опорой на социокультурные особенности населения крупных городов — сравнительно больший индивидуализм, открытость к новому, меньший страх неудачи. Это может быть использовано путем:

- реализации политики «аккумуляции» человеческого капитала в областных центрах, включая:
  - поддержку региональных университетов, в т.ч. по обучению предпринимательству (в т.ч. технологическому);
  - создание привлекательной городской среды, останавливающей «вымывание» качественного человеческого капитала в соседние регионы;

11 Так, в Новгородской области изначальная инициатива по запуску различных новых образовательных форматов исходила от региональной администрации, оператором выступил Новгородский государственный университет. В Ростовской области Южный федеральный университет и Донской государственный технический университет экспериментируют с подобными форматами в рамках развития бизнес-инкубатора и технопарка. В Москве, как городе с наиболее насыщенной инновационной экосистемой, это все типы игроков: от региональных институтов развития (Агентство инноваций Москвы) или крупных университетов (МФТИ, МГУ, МИСиС) до частных акселераторов и бизнес-школ.

- развитие площадок, стимулирующих развитие горизонтальных связей в обществе (например, «точки кипения», экспертные площадки на базе университетов и т.д.).

- реализации политики, направленной на получение и усиление агломерационных эффектов и запуска процессов по диффузии инновационных товаров и сервисов из регионального центра в сопредельные территории и города:
  - постепенная реаллокация центров притяжения технологий и качественного человеческого капитала (например, деловые центры и технопарки, университетские кампусы, сервисные и выставочные пространства) из центров крупных городов к их периферии, «точкам соприкосновения» города и области, взаимно доступных для их жителей (что подразумевает развитие соответствующей транспортной инфраструктуры);
  - приоритетное внедрение инновационных продуктов и решений на объектах транспортной инфраструктуры, связывающей крупные и малые города, городских и сельских жителей;
  - приоритетное внедрение инновационных продуктов и решений, которые могут опираться на уже имеющуюся и максимально разветвленную инфраструктуру — сети сотовых операторов (базовые станции и салоны связи), продуктовые сети, почтовые и банковские отделения, — а также которые могут использоваться без непосредственного участия продавца/консультанта (роботизированные продукты и сервисы; сервисы с удаленной поддержкой).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет.

Социокультурные характеристики по методике Гирта Хофстеде[12]

Дистанция власти — степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти.

Индивидуализм характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В коллективистских обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность.

Напористость характерна для конкурентных сообществ, ценящих достижительность, материальную награду за успех. Гибкость характерна для обществ, где предпочтение отдается кооперации, скромности, заботе о слабых, обеспечению достойного качества жизни для всех.

Избегание неопределенности — степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций.

Долгосрочная ориентация характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость.

Гедонизм характерен для обществ, в которых достаточно свободно удовлетворяются основные и естественные человеческие потребности, связанные с наслаждением жизнью и получением удовольствия. Умеренность характерна для обществ, в которых потребности, связанные с удовольствием и развлечениями, в той или иной степени подавляются в силу строгих социальных норм.

12 В русскоязычной литературе показатель «напористость/гибкость» также зачастую переводится как «маскулинность/феминность». В оригинале — masculinity/feminity, что при переводе на русский язык подчеркивает гендерный аспект, который не является определяющим. Поэтому в данном отчете используется термин напористость/гибкость, отражающий смысловой перевод данного фактора Г. Хофстеде. Также показатель «гедонизм» зачастую переводится как «терпимость» или «потворство желаниям» (в оригинале — indulgence/restraint). Во избежание путаницы при переводе терминов в данном отчете используется смысловой перевод «гедонизм/умеренность».

БИБЛИОГРАФИЯ

Земцов С., Баринова В. (2016). Смена парадигмы региональной инновационной политики в России: от выравнивания к «умной специализации» // Вопросы экономики. № 10. С. 65–81.

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства - Россия 2018/2019». (2018). ВШМ СПбГУ.

Antonczyk R.C., Salzmann A.J. (2012). Venture Capital and Risk Perception // Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Vol. 82. № 4. P. 389–416.

Chen Y., Podolski E.J., Veeraraghavan M. (2017). National Culture and Corporate Innovation // Pacific-Basin Finance Journal. № 43. P. 173–187.

Trust in Government. (2018). Gallup (https://news.gallup.com/poll/5392/trust-government.aspx).

Hofstede G. (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage publications (www.hofstede-insights.com).

Hofstede G. (2013). Replicating and Extending Cross-National Value Studies: Rewards and Pitfalls — An Example from Middle East Studies // AIB Insights. Vol. 13. № 2. P. 5–7.

Khan R., Cox P. (2017). Country Culture and National Innovation // Archives of Business Research. Vol. 5. № 2.

Levie J., Hart M., Karim M.S. (2010). Impact of Media on Entrepreneurial Intentions and Actions. UUK: University of Strathclyde, Aston Business School.

Lynn M., Gelb B.D. (1996). Identifying Innovative National Markets for Technical Consumer Goods // International Marketing Review. Vol. 13. № 6. P. 43–57.

Shane S., Venkataraman S., MacMillan I. (1995). Cultural Differences in Innovation Championing Strategies // Journal of Management. Vol. 21. № 5. P. 931–952.

Standard Eurobarometer 90. (2018). (http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2215_90_3_STD90_ENG).

Taylor M.Z., Wilson S. (2012). Does Culture Still Matter? The Effects of Individualism on National Innovation Rates // Journal of Business Venturing. Vol. 27. № 2. P. 234–247.

Thomas A.S., Mueller S.L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture // Journal of International Business Studies. Vol. 31. № 2. P. 287–301.

Williams L.K., McGuire SJ. (2010). Economic Creativity and Innovation Implementation: The Entrepreneurial Drivers of Growth? Evidence from 63 Countries // Small Business Economics. Vol. 34. № 4. P. 391–412.

4. РАЗВИТИЕ С ОПОРОЙ НА ИДЕНТИЧНОСТЬ: ЯКУТИЯ И ТАТАРСТАН

Сходства и различия инновационных траекторий для ресурсообеспеченных регионов, являющихся национально-государственными образованиями (республиками) с высоким уровнем доверия к региональным властям[1], рассматриваются на примере Республики Татарстан и Республики Саха (Якутия).

Татарстан и Якутия относятся к группе регионов, в которых существенную долю населения составляют жители с одним и тем же языком, отличным от русского (49% жителей Якутии — якуты; 53% жителей Татарстана — татары; русскими себя идентифицируют 37% и 40% жителей соответственно[2]); здесь высок уровень культурной идентичности. Будучи экономически развитыми регионами, Татарстан и Якутия олицетворяют собой разные стадии цикла инновационного роста. Достаточно зрелого, диверсифицированного, освоенного территориально рынка в первом случае; и менее освоенного территориально, более «молодого» во всех смыслах рынка — во втором (Рисунки 4.1–4.2).

В случае Татарстана вызов заключается в поддержании уровня инновационного развития, вовлечении в него слабо включенных до настоящего момента групп, чтобы в конечном счете догнать Москву и Санкт-Петербург и повысить вклад республики в инновационное развитие страны в целом. В случае Якутии речь может идти об использовании инновационного роста для более эффективного социально-экономического развития и для того, чтобы сделать региональную экономику менее зависимой от ресурсной ренты. В обоих случаях дополнительным ресурсом для развития может быть культурная идентичность.

Татарстан и Якутия (наряду с Москвой) — единственные регионы исследования, в которых доверие региональным и муниципальным властям практически не отличается от доверия федеральным. Местная власть, таким образом, может выступать здесь активным агентом изменений. Можно предположить, что косвенные издержки, возникающие из-за недоверия субъектов друг другу (разъяснение проводимой политики, взаимный контроль, формализация процессов), будут здесь сравнительно ниже, чем в других регионах исследования. В Татарстане региональным и местным властям доверяют 52% и 51% соответственно (федеральным властям — 55%), в Якутии — 54% и 52% (федеральным властям — 55%) (Рисунок 4.3). Для сравнения: в соседней для Татарстана Ульяновской области региональным властям доверяет 40% опрошенных, в соседнем для Якутии Красноярском крае — 38%. Такое явление в том числе обусловлено тем, что у татар и якутов показатель дистанции власти оказался ниже, чем у русских (различия устойчивы и статистически значимы при контроле на социально-демографические факторы[3]). Для татар и якутов важен фактор «своей земли», «своего края», а власть не является для них чем-то далеким или абстрактным: люди готовы включаться в решение вопросов, связанных с развитием «своей» территории.

Доверие властям дополняется позитивным отношением к предпринимательской деятельности: 68% и 66% в Якутии и Татарстане посоветовали бы своему ребенку/внуку открыть собственное дело, а не устраиваться наемным работником; 36% и 34%, соответственно, заявили о намерении открыть собственное дело (больше только в Северной Осетии — 41%)[4]. Однако это лишь частично транслируется в реальную бизнес-активность: отношение активных предприятий малого (в том числе микро) бизнеса к экономически активному населению составляет 2,3% в Якутии и 3,7% в Татарстане (в среднем по России — 3,6%) [Земцов, Царева, 2018]. Регионы не являлись устойчивыми лидерами по предпринимательской активности и в предыдущие годы.

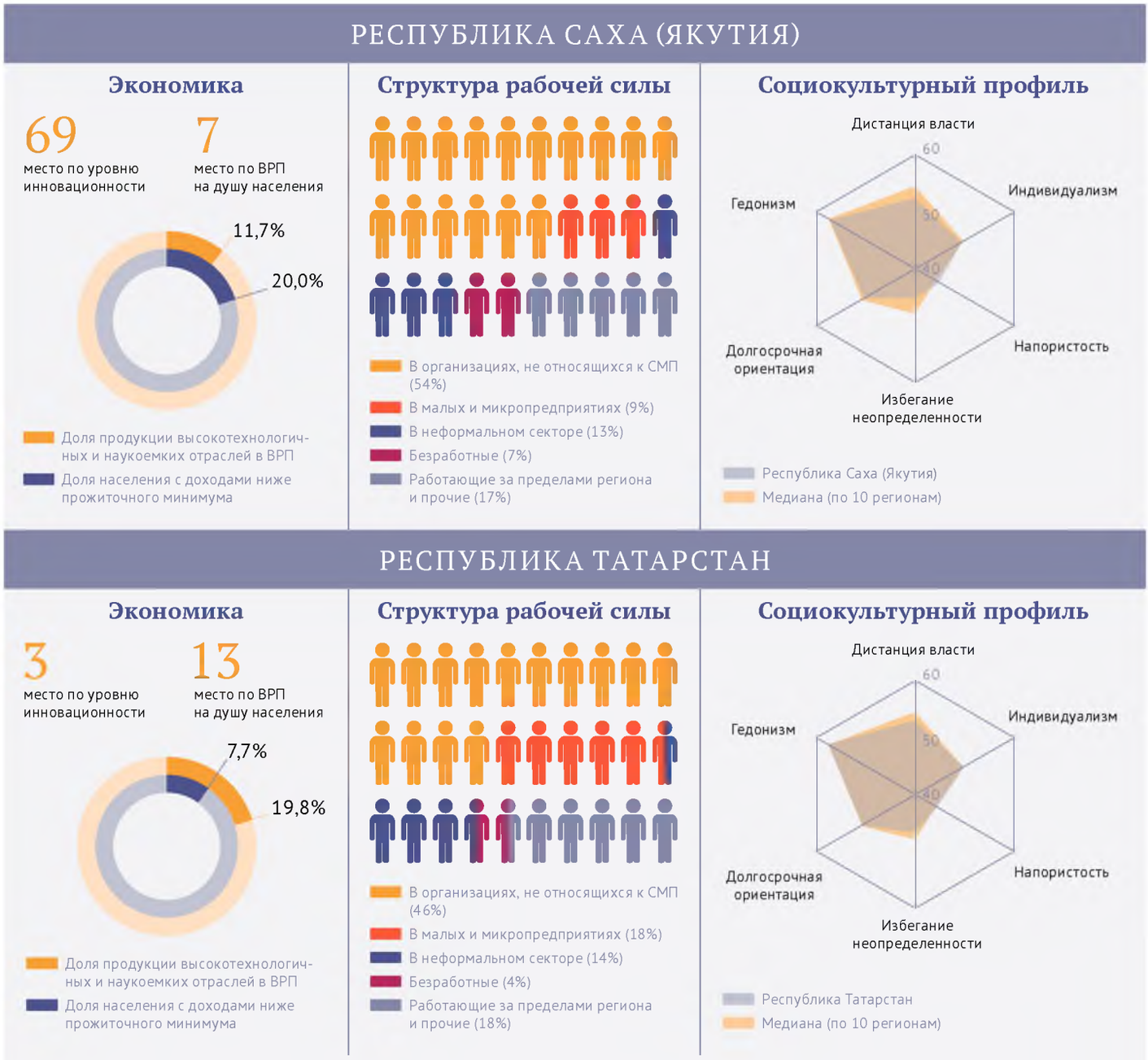
Исследование выявило более высокий уровень коллективизма в Татарстане (у татар — по сравнению с русским населением). Коллективистские общества характеризуются тесными внутригрупповыми связями. Члены коллективистских сообществ реже нацелены на личные достижения и чаще предпочитают следовать

1 По данным проведенного исследования, краткая характеристика которого приводится в справке к этой главе, а полная — в главе 1 «Как устроено исследование». В той же главе 1 поясняется применяемый в докладе подход к оценке воздействия социокультурного фактора на инновационное развитие и развитие предпринимательства. Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде; их краткая характеристика приводится в справке к этой главе, полная — в главе 1.

2 Перепись населения 2010 г.

3 Регрессионный и корреляционный анализ также подтвердил наличие сильной однонаправленной связи между дистанцией власти и доверием региональным властям.

4 Достаточно высокие предпринимательские намерения в текущем исследовании могут объясняться в частности вынужденным предпринимательством. По данным GEM, в 2018 г. в России доля вынужденных предпринимателей составляла 39,3%. Это означает, что предпринимательство может рассматриваться как альтернативный работе по найму источник получения доходов. Примечательно, что на близкий вопрос, задаваемый GEM в 2018 г., «Планируете ли вы в ближайшие три года открыть бизнес, всем или частью которого вы будете владеть?», только 5,1% опрошенных респондентов по России давали утвердительный ответ. Вероятно, при такой формулировке респонденты не включали в понятие «бизнес» самозанятость и некоторые формы индивидуального предпринимательства (подробнее см. главу 10 «„Умный, целеустремленный, честный“: предпринимательство — привлекательный карьерный трек?»).



ВРП на душу населения, доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП приводится по данным ФСГС РФ (2016); место по уровню инновационности — по индексу «Инновационная деятельность» Рейтинга инновационного развития субъектов РФ от НИУ ВШЭ (2017). Место по ВРП на душу населения рассчитано с учетом коэффициентов удорожания, полученных на основе стоимости потребительской корзины товаров и услуг в регионах по отношению к среднероссийской. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, структура рабочей силы приводятся по ФСГС РФ (2017), ОРС (2017). Структура рабочей силы по секторам рынка труда рассчитана по методике [Антонов, 2019]. В категорию «прочих» включены самозанятые, а также лица, чье точное распределение по секторам невозможно установить в связи с недостатком информации (в т.ч. военнослужащие).

Социокультурные данные (по методике Хофстеде) приводятся по данным опроса в 10 регионах исследования (2018) (см. главу 1).

Рисунки 4.1–4.2 Социально-экономические и социокультурные показатели Республики Саха (Якутия) и Республики Татарстан

мнению окружения. Коллективизм скорее сдерживает инновационное развитие, нежели создает возможности для его ускорения. Отметим, что в Якутии свидетельств более высокого уровня коллективизма (у якутов — по сравнению с русским населением) нет: эксперты объясняют это спецификой исторически сложившегося природопользования, доминированием «распыленного» животноводства, что стимулировало по большей части индивидуальные стратегии выживания.

Все вместе это ставит вопрос инновационного развития для республик так: как преодолеть ограничения текущей стадии развития и выйти на следующий качественный уровень?

ТОЧКИ ОПОРЫ: ВЗАИМНОЕ ДОВЕРИЕ, ЦЕННОСТЬ ТРУДА И МАТЕРИАЛЬНОГО УСПЕХА

Первая точка опоры для инновационного развития, как в Якутии, так и в Татарстане, — это высокий уровень доверия населения региональным и муници-

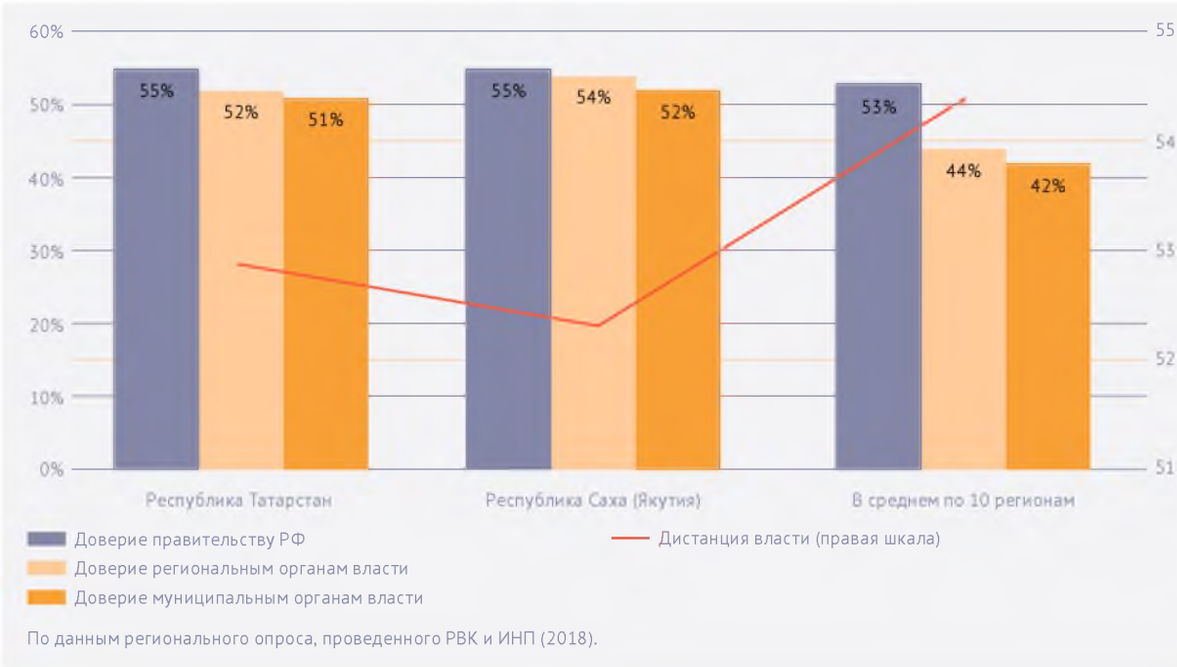


Рисунок 4.3
Институциональное доверие («Насколько вы доверяете ...» «Полностью доверяю» + «Доверяю»)

пальным властям (Рисунок 4.4). Опрошенные эксперты подчеркивали персонализированный характер такого доверия[5] и де-факто «ручное» управление, реализуемое властями. Степень, в которой действия руководства совпадают с общественными представлениями о должном, «правильном» развитии региона, определяет уровень доверия и готовности людей принимать предлагаемые властью реформы, включаться в их реализацию, терпеть неудобства, связанные с претворением их в жизнь.

Сравнительно более высокий уровень доверия властям снижает издержки коллективных действий, упрощает (отчасти «деформализируя») бизнес-процедуры, в том числе, связанные с инвестированием, стимулирует вложение ресурсов в развитие региона:

«„Национальная почва“ становится неким триггером выделения капитала кому-то, образования бизнеса и прочее. [...Видно, что] президент [республики] и его окружение... любят свой народ, любят свой язык, любят свою культуру. И, возможно, есть некий... культурный фактор, который позволяет просто на фоне него объединяться каким-то группам лиц».

(Из экспертного интервью)

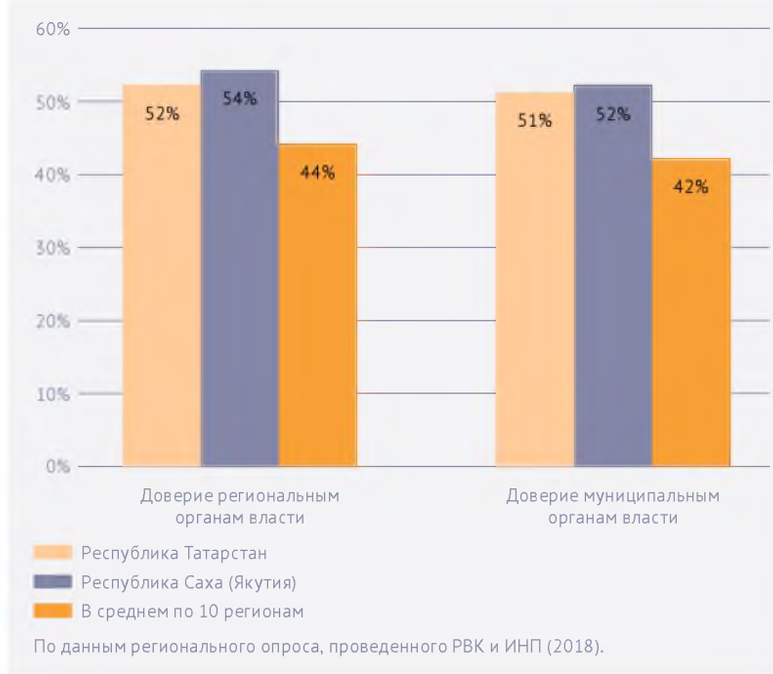


Рисунок 4.4
Доверие региональным и муниципальным властям («Насколько вы доверяете ...» «Полностью доверяю» + «Доверяю»)

Доверие региональной и муниципальной власти, сфокусированное на единым образом понимаемых задачах развития (пусть и в самом общем виде: «улучшать свой край»), может служить как «фильтром» при отборе проектов и мер инновационного развития, так и «точкой опоры» при их реализации, сглаживающей возможные неудобства для привычного образа жизни людей.

Вторая точка опоры — сравнительно позитивное отношение к предпринимательской деятельности и, главное, к успеху в ней (Рисунки 4.5–4.6)[6]. В экспертных интервью прямо высказывался тезис о нормальности принципа «Обогащайтесь!» (или «Преуспевайте!») в Якутии и Татарстане. Быть успешным здесь — это нормально, это «прилично», это свидетельствует не просто о личной удачливости, но и о вкладе в развитие «своего края» (см. выше)[7]. При этом, как и в среднем по России, чаще всего предпринимателей описывают как «умных», «целеустремленных» и «честных».

«У нас [в Якутии] никогда не было отрицательного отношения к коммерсантам, к предпринимателям. [...] Исторически купеческое сословие всегда было очень сильное. Очень были богатые люди. Были купцы первой гильдии, имевшие награды буквально от царей».

(Из экспертного интервью)

5 И в ряде случаев отмечали, что к иным персоналиям — прежним руководителям региона — такого доверия могло бы и не быть.

6 Для большинства рассмотренных регионов различия с национальными республиками статистически значимы на 5%-ном уровне.

7 Контент-анализ ассоциаций, возникающих у респондентов при описании предпринимателя/бизнесмена, показывает, что только 1% якутов и 2,4% татар описывают предпринимателя негативными характеристиками (для русских этот показатель составляет 5%). Разрыв сохранялся и после корректировки на различия в уровне дохода, образования, возраста, пола и размера города проживания.

Показательно при этом различие Якутии и Татарстана в отношении к провалу в бизнесе. В Якутии отношение к предпринимательской неудаче воспринимается гораздо спокойней и чаще в «жизнеобучающем» и «опыто-приобретающем» ключе («сопли утер и дальше пошел») (характерно, что в Якутии в целом крайне силен «культ» образования и образованности). В Татарстане (по мнению экспертов — отчасти в силу распространенности коллективистских отношений) провал проекта может восприниматься болезненней и персонализированней:

«Если мы ошибемся как компания, то виноват буду непосредственно я [учредитель, директор]. [...] Есть фактор доверия конкретному человеку, а не какой-то абстрактной структуре... Может, где-нибудь в Америке... спокойно отреагировали [бы]: „Ну, обанкротился — и обанкротился". Типа, компания обанкротилась. [...] А здесь могут сказать: „Ты обанкротил". То есть ты [допустил] косяк непосредственно».

(Из экспертного интервью)

Но если говорить в целом, то положительное отношение к предпринимательству открывает большой потенциал для развития инновационного, технологического бизнеса. «Пропредпринимательские» культурные нормы повышают вероятность того, что человек выберет соответствующую карьеру. Это позволяет актору инновационной политики направлять ресурсы прежде всего на ослабление финансовых, административных и образовательных барьеров предпринимательской деятельности и при этом ожидать значительной отдачи от прилагаемых им усилий.

Якутия и Татарстан — лидеры из 10 опрошенных регионов по размеру кластера потенциальных технологических предпринимателей[8]: в него попали 25% и 22% опрошенных в регионах соответственно.

Ценности потенциальных технопредпринимателей из Якутии и Татарстана отличаются от ценностей других жителей регионов (то же — и в остальных регионах опроса): потенциальные технологические предприниматели меньше ценят иерархию, гораздо более индивидуалистичны и напористы, легче принимают неопределенность (Рисунок 4.7)[9]. По этим показателям (за исключением дистанции власти) профиль потенциальных технологических предпринимателей из национальных республик и остальных регионов оказывается схожим. При этом и Татарстан, и Якутия отличаются более низкой дистанцией власти. Технологические предприниматели из данных регионов будут чаще предъявлять спрос на горизонтальные, а не иерархичные отношения — системы управления в инновационных кластерах должны это учитывать.

Отдельно в Якутии точкой опоры может стать доверие технологиям и научно-образовательным организациям при реализации инновационных программ — вместе с высокой ценностью образования в принципе. Более 60% респондентов указали, что положительно относятся к роботам и искусственному интеллекту (больше только в Красноярском крае и Москве); 44% — к телемедицине, что больше, чем в других регионах исследования (для сравнения, в соседнем Красноярском крае — 36%). Якутия — лидер по доверию научно-образовательным организациям в вопросах реализации инновационных программ: 43% доверяет подобным организациям при внедрении беспилотного общественного транспорта; 42% — при роботизации фермерской техники[10]. Различия с большинством других регионов исследования статистически значимы и после учета социально-демографических факторов. Более того, в этом вопросе Якутия — единственный регион исследования, где научно-образовательные учреждения пользуются большим доверием, чем органы государственной власти (Рисунок 4.8).

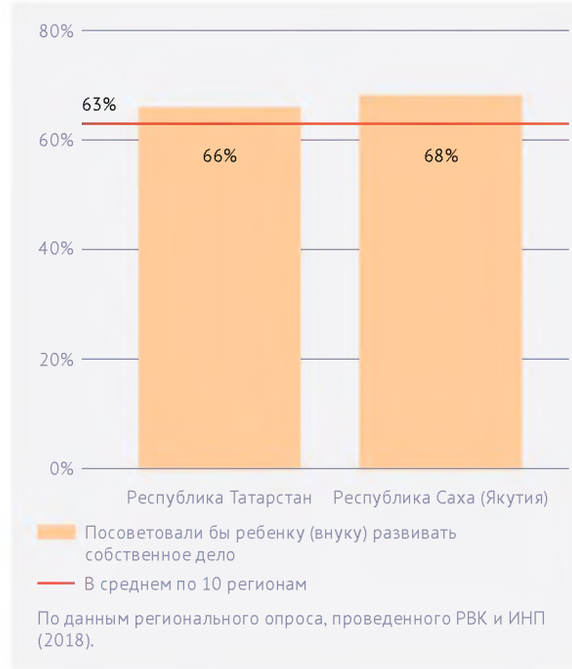


Рисунок 4.5
Отношение к предпринимательству как к карьере («Представьте, что ваш ребенок (внук) выбирает между развитием собственного дела и устройством на работу в уже существующей организации и спрашивает у вас совета. Что бы вы ему посоветовали?» vs. «Устроиться наемным работником»)

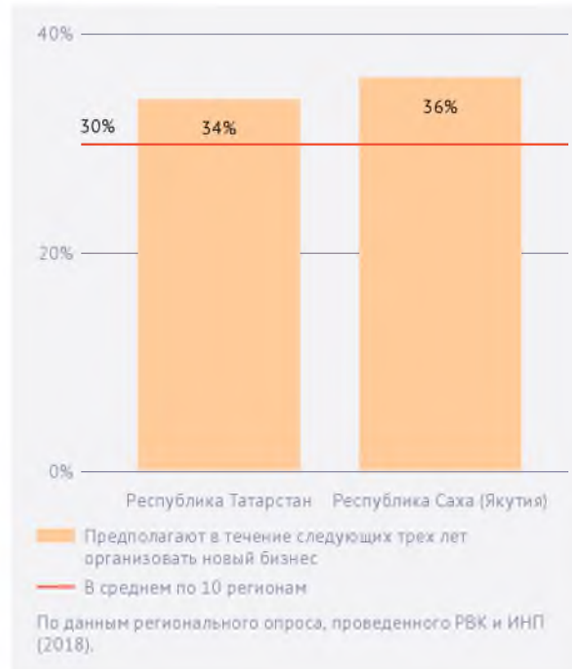
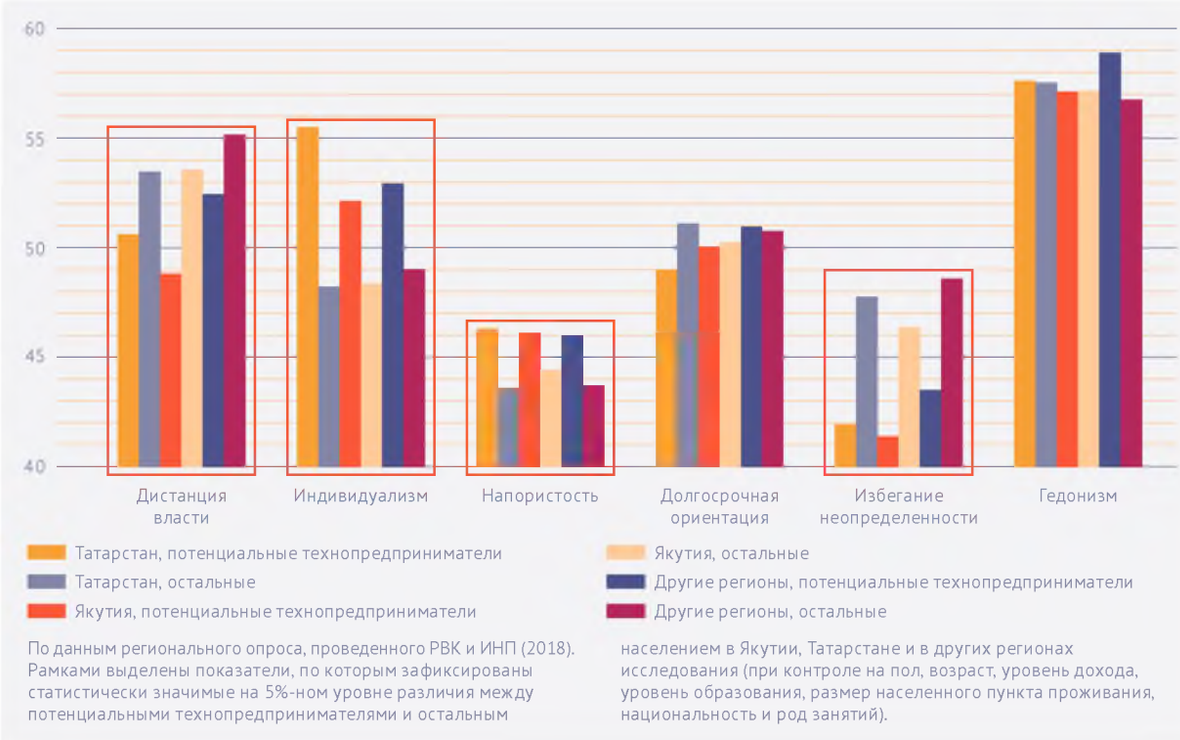


Рисунок 4.6
Предпринимательские намерения («Предполагаете ли вы — самостоятельно или вместе с другими — в течение следующих трех лет организовать новый бизнес?»)

8 Как и в главе 10 «„Умный, целеустремленный, честный": предпринимательство — привлекательный карьерный трек?», потенциальные технологические предприниматели определяются как люди, имеющие намерение по открытию своего дела в ближайшие три года, а также положительно относящиеся к роботам и искусственному интеллекту.

9 Описание характеристик Хофстеде представлено в конце главы во врезке «Социокультурные характеристики по методике Хофстеде».

10 В исследовании рассматривалось отношение населения к внедрению «чувствительных» технологий, с которыми человек взаимодействует непосредственно (беспилотный транспорт), а также «стандартных» технологий, взаимодействие с которыми для большинства опосредованно (роботизация фермерской техники).



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Рамками выделены показатели, по которым зафиксированы статистически значимые на 5%-ном уровне различия между потенциальными технопредпринимателями и остальным населением в Якутии, Татарстане и в других регионах исследования (при контроле на пол, возраст, уровень дохода, уровень образования, размер населенного пункта проживания, национальность и род занятий).

Рисунок 4.7
Ценностный профиль потенциальных технопредпринимателей и остального населения в Якутии, Татарстане и других регионах исследования.

Причины подобного отношения видятся в сочетании трех факторов. Пространственно-экономического: огромная территория, сложный климат, слабая связность, низкая плотность населения. Социально-демографического: население Якутии молодо[11], что, как правило, ведет к более низкому уровню избегания неопределенности — то есть к большей готовности пробовать новое, оказываться в ситуации неопределенности. И культурно-исторического: образование, ученость всегда обладали в Якутии высоким статусом, считались залогом успешной карьеры и становились элементом культурной идентичности.

БАРЬЕРЫ: СМЯГЧЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

В Татарстане рынок достаточно зрел, а предприниматели, по мнению экспертов, с одной стороны нередко чересчур «обласканы властью», а с другой нацелены в основном на региональный рынок, отчасти в силу включенности в локальные «узкие группы» (проявление коллективизма)[12] (Таблица 4.1). Компании нередко создаются под конкретный сегмент спроса (на консервативном рынке) и/или продвигают свою продукцию с использованием неформальных связей. Технологические новации в данном случае не являются критически важными для успешной конкуренции на рынке.

Нежелательные проявления коллективизма могут сковывать развитие технологического предпринимательства и накопление человеческого капитала. Это создает риски для долгосрочного устойчивого развития инновационной системы региона и выхода ее на качественно новый этап развития. Моделирование[13] показывает: более индивидуалистичные люди с большей вероятностью имеют планы открыть собственное дело (при контроле на прочие характеристики человека) — и жители Татарстана и Якутии не исключение.

В ходе интервью упоминались затрудненная горизонтальная координация между организациями; меньшая региональная мобильность населения; нацеленность бизнеса на региональный, а не на российский или международный рынок; консервативность потребителей в Татарстане.

«В Татарстане, например, вуз[ы] друг с другом не будут сотрудничать... То есть... так[ая...] защита своей поляны».

(Из экспертного интервью)

«Больше нацеленность на региональный рынок. То есть амбиции реальные на то, чтобы выйти за пределы Татарстана, не у многих есть. [...] Я думаю... боязнь и отсутствие... амбиций вместе замешаны... В тепле каком-то мы сидим здесь».

(Из экспертного интервью)

Описанные выше барьеры инновационного развития так или иначе связаны с нежелательными проявлениями коллективистской культуры в Татарстане. Однако важно отметить, что коллективизм сам по себе не всегда блокирует развитие (подтверждение этому — модернизации в Японии, Южной Корее, Китае и других странах Восточной Азии) — важно направить связанный с ним потенциал в проинновационное русло.

Сдерживающие факторы существуют и в Якутии. Респонденты упоминали территориальную разобщенность региона, проявляющуюся зачастую в так называемом «аласном мышлении» — то есть ассоциации

11 По данным ФСГС РФ.

12 Отметим, что технологическое предпринимательство, как правило, нацелено на глобальный рынок и/или на встраивание в цепочку добавленной стоимости, которая также не ограничена одним регионом.

13 На основе логит-модели вычислялась вероятность наличия планов по открытию собственного дела в зависимости от индивидуализма для репрезентативного респондента, чаще становящегося предпринимателем и обладающего следующими характеристиками: средний возраст, высшее образование, мужчина, проживание в городе с населением свыше 250 тыс. человек.

человека с конкретным улусом (а иногда и деревней внутри улуса), выливающейся в действия в интересах ближайшего окружения в ущерб остальным. Проблема усугубляется отсутствием в регионе городов с населением свыше 500 тыс. человек (в отличие от Республики Татарстан): в Якутске чуть более 300 тыс. жителей, в следующем по размеру городе — Нерюнгри — менее 60 тыс. В результате роль городов как «плавильных котлов» оказывается ослаблена[14].

В числе прочего эксперты упоминали, что в городах, где родным языком большей части населения является русский, для получения услуг, недоступных в небольших городах, жители чаще предпочитают ездить в крупные города соседних регионов, а не в Якутск. Это ограничивает рост якутской агломерации за счет приезжих из относительно крупных городов республики (Нерюнгри, Мирный), и поэтому рынок труда Якутска растет за счет выходцев из сел и деревень, обладающих низким уровнем квалификации. Это, в свою очередь, вкупе со слабым социальным контролем может порождать проблему низкой планки качества работ и услуг в Якутске.

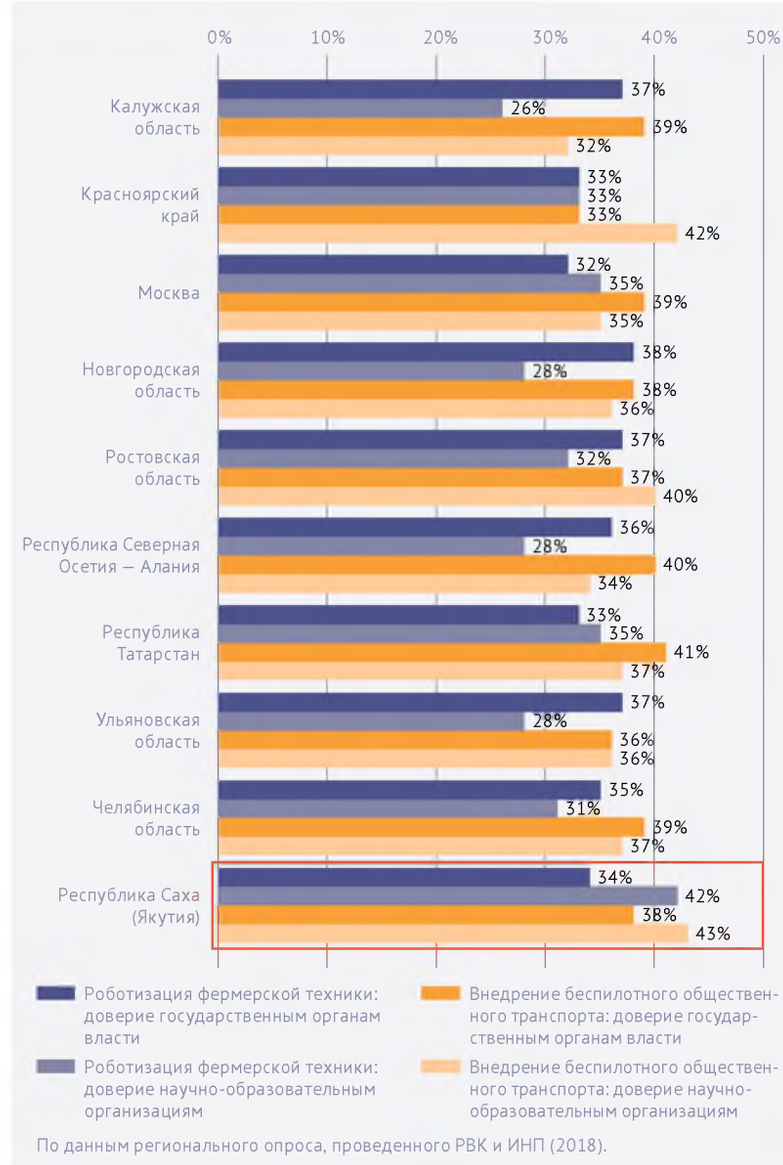
Все вместе — «аласное» мышление, культурная разрозненность крупных городов Якутии, низкое качество работ и услуг в Якутске — снижает привлекательность переезда высококвалифицированных кадров, необходимых для роста экономики, ограничивает инновационную активность региона.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Программы инновационного развития для обоих регионов могут быть реализованы с большей эффективностью, если существующие стимулирующие меры будут учитывать социокультурную специфику республик.

Относительно низкая дистанция власти и положительное отношение к предпринимательству в Якутии и Татарстане с одной стороны, наличие крупных влиятельных государственных компаний — с другой создают основу для эффективного развития внутрифирменных инноваций. Корпоративные программы стимулирования инноваций, реализуемые в компаниях в республиках (например, в «КамАЗе», «Татнефти», «Алросе», «Синете») могут быть усовершенствованы за счет следующих мер:

- Во всех программах развития внутрифирменных инноваций в Татарстане и Якутии возможно создание предакселератора (по аналогии, например, с корпоративным акселератором «Сбербанка»)[15] — подготовительной стадии, где отобранные участники смогут протестировать идеи своих проектов в обсуждениях с менторами, участниками рынка, коллегами. Такая мера обусловлена высоким уровнем избегания неопределенности российского общества, однако чуть менее актуальна для Якутии, где избегание неопределенности чуть ниже, чем в других регионах исследования.
- Во всех программах развития внутрифирменных инноваций в Татарстане и Якутии возможно создание «кадрового резерва»: так в программы могут быть вовлечены заинтересованные и компетентные сотрудники, у которых пока нет команды и идеи, готовой к пробной реализации.
- Конкурс молодых изобретателей «Татнефти»[16] может быть переформатирован в конкурс изобретательских проектов для развития не только научно-технического потенциала работников, но и предпринимательских компетенций.
- Критерии отбора в корпоративный акселератор «КамАЗа»[17] и победителей конкурса молодых изобретателей «Татнефти» могут включать дополнительные преференции для стартапов и проектов, которые предусматривают:
  - горизонтальную кооперацию с другими организациями;
  - выход на российский и/или международный рынок в будущем.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 4.8
Доверие научно-образовательным организациям и государственным органам власти как инициаторам массовых инновационных программ («Представьте, что в России запускается массовая программа... Кто должен быть инициатором, чтобы вы в большей степени поверили в успех программы?»)

14 При этом по данным опроса, в Якутии достаточно высок уровень накопленной межрегиональной миграции: так, из 601 опрошенного в регионе только 378 окончили школу в Якутии. Остальные оканчивали школу в других регионах России и странах ближнего зарубежья.

15 Корпоративный акселератор Группы «Сбербанк» «SberUp». (http://sber-up.ru/).

16 В «Татнефти» состоялся конкурс молодых изобретателей. (http://www.tatneft.ru/press-tsentr/press-relizi/more/5091?lang=ru).

17 На «КамАЗе» стартовал второй поток корпоративного акселератора. (https://kamaz.ru/press/releases/na_kamaze_startoval_vtoroy_potok_korporativnogo_akseleratora/).

Таблица 4.1
Отличие татарского населения по показателям индивидуализма

	Индивидуализм (методика Хофстеде) (1)	Индивидуализм (расширенный перечень показателей) (2)
Татарское население	-1,402** (0,640)	-0,211*** (0,054)
Учитывается доход	Да	Да
Учитывается образование	Да	Да
Учитывается размер города	Да	Да
Учитывается пол	Да	Да
Учитывается возраст	Да	Да
Наблюдения	5603	5370

Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). В столбце 1 зависимой переменной является показатель индивидуализма (рассчитанный по методике Хофстеде). В столбце 2 зависимой переменной является сводный фактор, состоящий из трех показателей: 1) индивидуализм по Хофстеде; 2) согласие с суждением «я стараюсь поступать по-своему, даже если это может вызвать недовольство у моего окружения» (против «я стараюсь поступать так, как принято в моем окружении»); 3) согласие с суждением «для меня предпочтительнее формат работы, когда у меня есть индивидуальные задачи, ответственность за которые несу лично я» (против «...когда задачи ставятся для команды, и мы несем ответственность всем коллективом»).

В обоих случаях используется OLS-модель. Коэффициент регрессии показывает отличие в уровне индивидуализма коренного населения Татарстана от русского населения. В регрессиях учитывается влияние дохода, образования, размера города проживания, пола, возраста. В скобках указаны стандартные ошибки.

- Направления инвестирования стартап-акселератора «Алросы»[18] могут быть расширены: помимо трека «Mining&Metals» акселератор может развивать проекты в сферах, не связанных с деятельностью компании. Такой подход, при условии реализации в офисах компании в Мирном и Якутске, позволит в полной мере использовать предпринимательский потенциал сотрудников и учитывать проявления индивидуализма (в индивидуалистских обществах более вероятно «отделение» новой инновационной компании от программы). Дизайн программы акселератора может быть спроектирован таким образом, чтобы повысить связность между улусами Якутии:
  - критерии отбора в акселератор могут включать преференции стартапов, которые предусматривают взаимодействие населения из разных улусов Якутии;
  - мероприятия программы могут проходить поочередно в офисах в Мирном и Якутске.
- Направление «Sinet Startup» якутской компании «Синет»[19] может получить толчок к развитию при сотрудничестве с СВФУ. Стартапы в рамках совместной программы будут иметь высокий потенциал: с одной стороны, высокое доверие научно-образовательным организациям в Якутии может дать дополнительные преимущества проектам. С другой стороны, опыт в создании платформенных решений, которым обладает компания «Синет», может найти применение в новых для компании направлениях, например, в медицине (которую могут представлять специалисты Медицинского института СВФУ).

Положительное отношение к предпринимательству и высокая ценность образования могут быть использованы для развития предпринимательских и инновационных компетенций на базе образовательных учреждений. Уже реализующиеся программы могут быть усовершенствованы с учетом социокультурной специфики регионов:

- Критерии отбора в студенческие бизнес-инкубаторы в Татарстане (Студенческий бизнес-инкубатор Иннополиса[20], Бизнес-инкубатор КГЭУ[21], Технопарк КФУ[22], Акселератор социального предпринимательства[23], Акселератор высокотехнологичного бизнеса в КФУ[24]) могут включать дополнительные преференции для проектов (по аналогии с программами внутрифирменного предпринимательства), которые предусматривают:
  - горизонтальную кооперацию с другими вузами и организациями;
  - выход на российский и/или международный рынок в будущем; включение в цепочки добавленной стоимости крупных компаний.
- В Якутии критерии отбора в студенческий бизнес-инкубатор «OREH»[25] могут включать дополнительные преференции для проектов, которые предусматривают кооперацию с вузами и организациями из разных улусов республики.

Развитая система дополнительного образования в регионах дает возможность пилотировать различные форматы обучения предпринимательству детей с целью последующего массового включения форматов в школьную программу. В частности:

- Развитие программ по обучению школьников предпринимательству на базе учреждения дополнительного образования, а также в формате летних школьных лагерей (по аналогии с программой «KinderMBA»[26]). Действующие

18 Акселератор «Алроса» (http://alrosa.generation-startup.ru/#about-alrosa).
19 «Sinet Startup». (http://sinetgroup.ru/sinet_startup).
20 Студенческий бизнес-инкубатор Иннополиса. (https://apply.innopolis.ru/career/).
21 Бизнес-инкубатор КГЭУ. (https://vk.com/bi_kgeu).
22 Технопарк КФУ. (https://inno.kpfu.ru/innovacionnaa-infrastruktura/tehnopark-kfu).
23 Акселератор социального предпринимательства КФУ. (https://inno.kpfu.ru/produkty-i-uslugi/akselerator-socialnogo-biznesa/obucenie-socialnomu-predprinimatelstvu).
24 Акселератор высокотехнологичного бизнеса КФУ. (https://inno.kpfu.ru/produkty-i-uslugi/akselerator-tehnologiceskogo-biznesa/obucenie-innovacionnomu-predprinimatelstvu).
25 Студенческий бизнес-инкубатор «OREH» СВФУ. (https://www.s-vfu.ru/universitet/rukovodstvo-i-struktura/vspomogatelnye-podrazdeleniya/aic/incubator/).
26 «KinderMBA». (http://kindermba.ru/).

программы — «Startup Energy»[27], «Венчурный акселератор»[28], «Университет талантов»[29], «SageRussia»[30], «Академия навыков»[31] в Татарстане — могут быть усовершенствованы с помощью следующих инструментов:
  - Включения в программу обучения литературы, способствующей формированию предпринимательского мышления.
  - Приглашения действующих предпринимателей для чтения лекций, мастер-классов и передачи практических навыков/опыта.
  - Создания базы портфолио талантливых школьников для создания конкурентных стимулов и повышения уровня индивидуализма в долгосрочной перспективе.
  - Проведения конкурсов, совместных образовательных и исследовательских программ для разных учреждений (в т.ч. дополнительного) образования, которые будут способствовать горизонтальной кооперации[32] и мобильности; формировать навыки поведения в конкурентной среде; содействовать обмену опытом.

Более специфические рекомендации для Якутии, следующие из ее социокультурного профиля, связаны со стимулированием устойчивого инновационного развития. Основные направления для реализации — обеспечение интеграции разных социальных групп в инновационную экосистему внутри республики, развитие образовательных программ и повышение инновационной составляющей существующей промышленности:

- Преодоление территориальной и культурной разрозненности населения и одновременно повышение инновационной составляющей у добывающей и обрабатывающей промышленности возможно за счет налаживания более тесного сотрудничества между инкубаторами, акселераторами и крупными компаниями, работающими в регионе, в т.ч. за счет:
  - Приглашения представителей крупных региональных компаний на отчетные мероприятия, проводимые в бизнес-инкубаторах, IT-парках и т.д.
  - Установления KPI для инновационных инкубаторов по количеству проектов в сферах, на которых специализируется республика и т.д.
  - Разработки совместных программ сертификации для интеграции проектов инкубаторов/акселераторов в сервисные и производственные цепочки крупных компаний.
  - Обучения технологических предпринимателей «удаленной» работе на глобальных рынках, сохраняющей управление проектом и производство продукта в республике (релевантно прежде всего для IT-компаний).
- Разрозненность населения Якутии, вызванная типом расселения и феноменом «аласного» мышления, делают программы кластерного инновационного развития особенно важными для республики. Сравнительно высокий уровень институционального доверия и необходимость привлечения финансирования для запуска инновационного процесса обусловливает возможности включения региона в программы развития инноваций, проводимые федеральными институтами развития. Создание постоянно действующих центров/инновационных пространств (по типу Иннополиса в Татарстане) будет также способствовать решению проблемы отсутствия сложившихся рынков и устоявшихся институтов.
- Для повышения культурной связанности региона перспективно стимулирование мобильности человеческого капитала, в т.ч. за счет:
  - Проведения выездных школ и мастер-классов для школьников и студентов. В частности, выезды школьников из сельских поселений и небольших городов в образовательные учреждения Мирного, Нерюнгри и Якутска, а также обратный обмен-выезд школьников старших классов и студентов из Мирного, Нерюнгри и Якутска с образовательными курсами в сельские поселения и небольшие города.
  - Проведения мастер-классов в улусах для всех желающих от руководства успешных IT-компаний республики — «Синет»[33], «MyTona»[34].
- Высокое доверие научно-образовательным организациям и «культ» образования обусловливают эффективность продвижения инновационных товаров с участием представителей науки, в т.ч. через:
  - Популяризацию научно-образовательного сектора как ключевого агента в запуске инноваций в регионе; информирование населения о значимых и наиболее актуальных технологиях и инновациях, которые создаются при участии/поддержке вузов и научно-исследовательских институтов (НИИ).
  - Популяризацию многосторонних программ поддержки предпринимательства, в которых помимо собственно проекта, инкубатора/акселератора и (возможно) региональной администрации, присутствуют вузы/НИИ — в качестве равноправных участников развития технологического стартапа (экспертиза, участие в НИОКР, тестовая апробация продукта, предоставление собственных площадок, сотрудников, студентов для более массового тестирования продукта). В частности, речь может идти о создании регионального кластера науки и промышленности под началом университетов по аналогии с «Практикой 26» (взаимодействие университетов и регионов по направлениям инновационной политики) из Регионального

27 Кружки технического творчества «Startup Energy» КГЭУ. (https://kgeu.ru/Home/Page/65?idShablonMenu=211).
28 «Венчурный акселератор». (https://1va.vc/).
29 «Университет талантов в Казани». (https://utalents.ru/).
30 «SageRussia. Школьники за продвижение глобального предпринимательства». (https://www.sagerussia.org).
31 Образовательный центр «Академия навыков». (https://biz.skillsacademy.ru/).
32 О значении горизонтальной кооперации, особенно при существующих в российских условиях барьерах между разными по уровню развития территориями для перетоков знаний, технологий, опыта, см. в работах С. Земцова, например [Земцов, Баринова, 2016].
33 Группа компаний «Синет». (http://sinetgroup.ru/).
34 Компания «MyTona». (https://mytona.ru/).

стандарта НТИ[35]. Университеты в данном случае выступают как создатели стратегии взаимодействия с заинтересованными акторами в области науки и промышленности. После представления стратегии и заключения долгосрочного контракта с региональным правительством они получают финансирование на ее выполнение.

- Выраженная культурная специфика создает возможности для использования национальных культурных праздников (в частности, Ысыах) для продвижения инновационной повестки региона. Сочетание культурной самобытности вместе с инновационным имиджем могут стать визитной карточкой республики при развитии межрегиональных и международных связей. Это означает возможности использования «культурно маркированных» (национальных) праздников для:
  - продвижения инновационной продукции внутри региона посредством организации презентаций и выставочных площадок, где посетители могли бы попробовать новые технологии на себе;
  - продвижения «бренда» региона на международных рынках (проведение международных конференций в период праздника; приглашение зарубежных инвесторов и коллег в момент проведения праздника и т.д.).

Более специфические рекомендации для Татарстана, следующие из его социокультурного профиля, связаны со стимулированием инновационного «рывка» в республике. С учетом социокультурных особенностей населения поддержать инновационное развитие в Республике могут усилия в двух направлениях. С одной стороны, меры по инновационному развитию должны учитывать более высокий коллективизм населения, в том числе используя успешный опыт азиатских стран. С другой стороны, необходимо смягчать последствия от относительно более высокого уровня коллективизма, в том числе через меры, направленные на развитие бриджинговых каналов взаимодействия. Отметим, что наличие крупных городов (Казань, Набережные Челны) смягчают негативные эффекты коллективизма, работая «плавильными котлами» для представителей разных групп населения.

- Опора на высокий коллективизм может дать возможность более эффективного продвижения местной инновационной продукции с акцентом на принадлежность к Татарстану:
  - Введение и раскрутка регионального бренда «Сделано в Татарстане» для инновационных товаров.
  - Создание сайта/маркетплейса, на котором в удобной форме были бы представлены производители инновационной продукции из Татарстана (по аналогии с сайтом кластера «Иннокам»[36] и «Практикой 32» (маркетплейс стартапов) из Регионального стандарта НТИ[37]), размечена карта инновационной инфраструктуры региона (отдельно для разных категорий пользователей — школьников, студентов, предпринимателей и т.д.), а также приведены истории успеха местных инноваторов.
  - Продвижение инновационной продукции через широкую трансляцию того, что вырученные деньги идут на улучшение жизни республики.
  - Выращивание региональных «лидеров мнений», продвигающих инновационное развитие в республике.
- Поскольку высокий коллективизм может способствовать созданию «бондингов» узких групп специальных интересов, затрудняющих кооперацию и сотрудничество разных сообществ, актуально стимулирование горизонтальных связей между ключевыми организациями инновационной экосистемы региона:
  - Проведение мероприятий по обмену опытом между организациями из одной отрасли (вузы, венчур и т.д.) и включение показателя участия в них как одного из ключевых показателей эффективности (KPI) для руководителей.
  - Стимулирование реализации комплексных междисциплинарных проектов разными организациями (вузы, венчурные фонды и т.д.). Например, через выделение региональным правительством научно-исследовательских грантов на условиях межвузовской кооперации.
  - Стимулирование горизонтальной ротации менеджмента образовательных и инновационных учреждений (с пониманием отраслевых ограничений и ограничений, связанных с предметной областью специалистов).

Особо отметим важность проведения политики по созданию особых инновационных территорий по типу «Иннополиса». Такие образования создают точки притяжения для людей, которые потенциально могли бы стать технологическими предпринимателями, однако чей ценностный профиль идет вразрез с доминирующей в регионе культурой. В подобных точках легче аккумулировать человеческие ресурсы из других регионов России — стимулируя межрегиональный обмен опытом.

- Высокий коллективизм и «зацикленность» на региональном рынке могут быть препятствием для масштабирования деятельности компаний в регионе. Кроме этого, возрастают риски отказа от кооперации с другими производителями и, как следствие, появления научно-технологического отставания. Для стимулирования выхода региональных инновационных компаний малого и среднего бизнеса в другие регионы и зарубежные рынки рекомендуется:
  - Создание региональной программы по стимулированию обмена опытом между инновационными предприятиями региона и инновационными компаниями из других регионов России и других стран.
  - Субсидирование курсов/программ, направленных на обучение предпринимателей по продвижению своей продукции на внешних рынках.

35 Региональный стандарт НТИ. (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).
36 Камский инновационный территориально-производственный кластер «Иннокам». (http://www.innokam.ru/).
37 Региональный стандарт НТИ. (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет.

Социокультурные характеристики по методике Гирта Хофстеде[38]

Дистанция власти — степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти.

Индивидуализм характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В коллективистских обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность.

Напористость характерна для конкурентных сообществ, ценящих достижительность, материальную награду за успех. Гибкость характерна для обществ, где предпочтение отдается кооперации, скромности, заботе о слабых, обеспечению достойного качества жизни для всех.

Избегание неопределенности — степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций.

Долгосрочная ориентация характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость.

Гедонизм характерен для обществ, в которых достаточно свободно удовлетворяются основные и естественные человеческие потребности, связанные с наслаждением жизнью и получением удовольствия. Умеренность характерна для обществ, в которых потребности, связанные с удовольствием и развлечениями, в той или иной степени подавляются в силу строгих социальных норм.

БИБЛИОГРАФИЯ

Земцов С., Баринова В. (2016). Смена парадигмы региональной инновационной политики в России: от выравнивания к «умной специализации» // Вопросы экономики. № 10. С. 65–81.

Земцов С.П., Царева Ю.В. (2018). Предпринимательская активность в регионах России: насколько пространственные и временные эффекты детерминируют развитие малого бизнеса // Журнал Новой экономической ассоциации. № 1(37). С. 145–165.

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства — Россия 2018/2019». (2018). ВШМ СПбГУ.

Региональный стандарт НТИ. (2019). (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

Hofstede G. (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage publications (www.hofstede-insights.com).

Hofstede G. (2013). Replicating and Extending Cross-National Value Studies: Rewards and Pitfalls — An Example from Middle East Studies // AIB Insights. Vol. 13. № 2. P. 5–7.

38 В русскоязычной литературе показатель «напористость/гибкость» также зачастую переводится как «маскулинность/феминность». В оригинале — masculinity/feminity, что при переводе на русский язык подчеркивает гендерный аспект, который не является определяющим. Поэтому в данном отчете используется термин напористость/гибкость, отражающий смысловой перевод данного фактора Г. Хофстеде. Также показатель «гедонизм» зачастую переводится как «терпимость» или «потворство желаниям» (в оригинале — indulgence/restraint). Во избежание путаницы при переводе терминов в данном отчете используется смысловой перевод «гедонизм/умеренность».

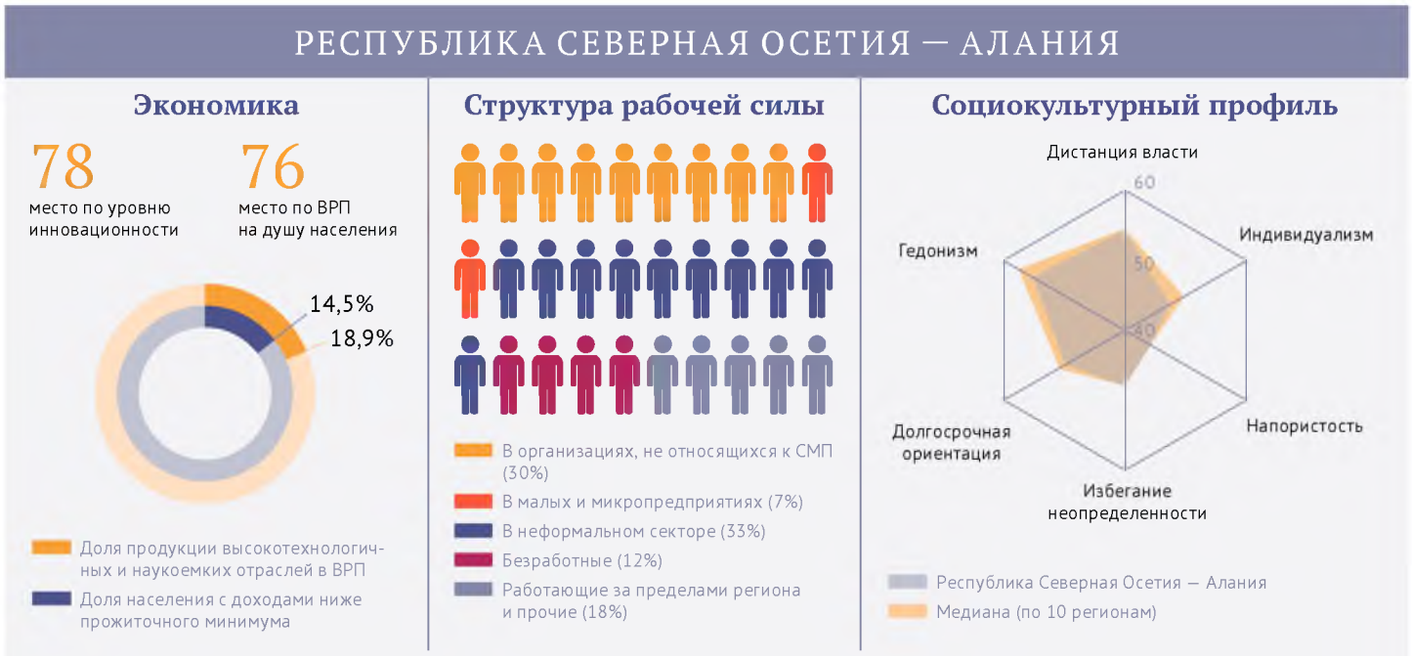
5. СТАРТ С НИЗКОЙ БАЗЫ: СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ

Возможности инновационного развития в случае, когда в обществе доминируют более традиционалистские черты, в частности, относительно высокий коллективизм и низкая долгосрочная ориентация, рассматриваются на примере Республики Северная Осетия — Алания.

Северная Осетия относится к группе регионов, в которых значительно число этнических групп и языков (основные: осетины и русские — 65% и 20%); при этом отдельные группы имеют традиционный социокультурный уклад[1]. Будучи аграрно-промышленным регионом (по занятости в секторах экономики), по многим социально-экономическим показателям республика находится ниже среднероссийского уровня (Рисунки 5.1–5.2). В совокупности — это вызов для инновационного развития, особенно в краткосрочном периоде.

Социокультурные особенности[2] Северной Осетии предопределяют следующие характеристики общества: зависимость от мнения окружающих, низкий спрос на удовлетворение собственных запросов, важность следования традициям. Это приводит к относительно меньшей восприимчивости к инновациям. Однако

Рисунок 5.1
Социально-экономические и социокультурные характеристики Северной Осетии



ВРП на душу населения, доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП приводится по данным ФСГС РФ (2016); место по уровню инновационности — по индексу «Инновационная деятельность» Рейтинга инновационного развития субъектов РФ от НИУ ВШЭ (2017). Место по ВРП на душу населения рассчитано с учетом коэффициентов удорожания, полученных на основе стоимости потребительской корзины товаров и услуг в регионах по отношению к среднероссийской. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, структура рабочей силы приводятся по ФСГС РФ (2017), ОРС (2017). Структура рабочей силы по секторам рынка труда рассчитана по методике [Антонов, 2019]. В категорию «прочих» включены самозанятые, а также лица, чье точное распределение по секторам невозможно установить в связи с недостатком информации (в т.ч. военнослужащие).

Социокультурные данные (по методике Хофстеде) приводятся по данным опроса в 10 регионах исследования (2018) (см. главу 1).

1 Принадлежит к группе 4 в социокультурной классификации ЛИСОМО РЭШ. Регионы, принадлежащие к этой группе, требуют особенно аккуратного подхода при запуске преобразований.

2 По данным проведенного исследования, краткая характеристика которого приводится в справке к этой главе, а полная — в главе 1 «Как устроено исследование». В той же главе 1 поясняется применяемый в докладе подход к оценке воздействия социокультурного фактора на инновационное развитие и развитие предпринимательства. Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде; их краткая характеристика приводится в справке к этой главе, полная — в главе 1.

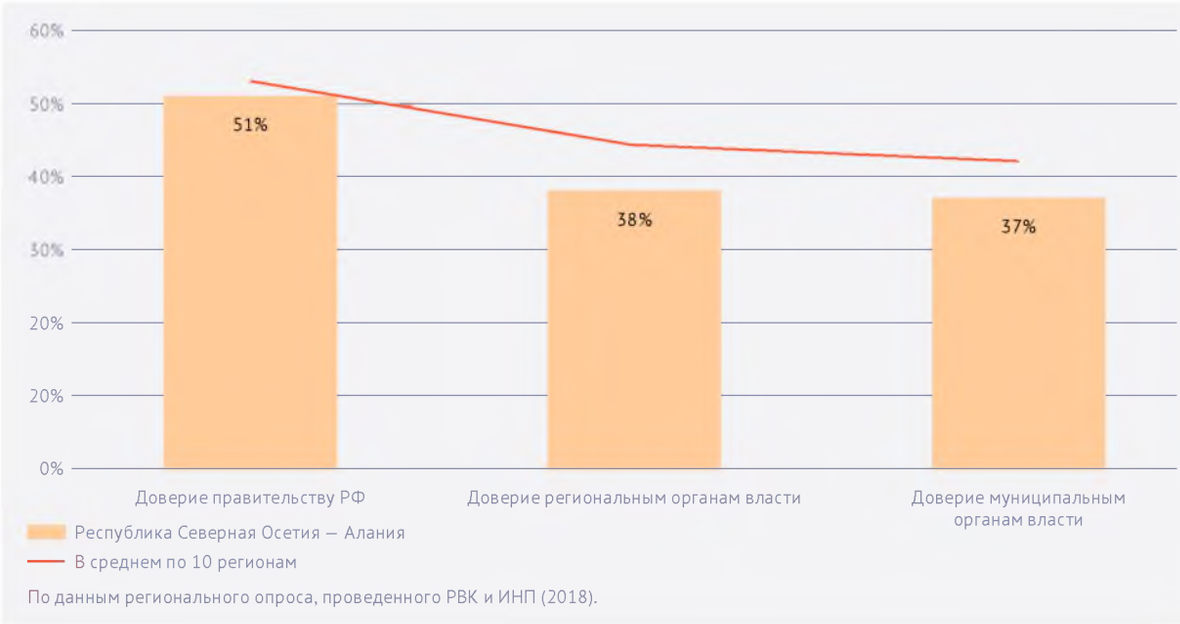


Рисунок 5.2
Институциональное доверие («Полностью доверяю» + «Доверяю»)

схожесть ценностных профилей преобладающих этнических групп в Осетии предполагает низкие риски социокультурного раскола. Лидерство Северной Осетии по предпринимательским намерениям — карьеру предпринимателя одобряют 87%, планируют открыть свой бизнес в течение трех лет 41% (это рекорд среди регионов исследования; в среднем по регионам России — 31%)[3] — дает уверенную точку опоры для стимулирования инновационного развития.

Пример Северной Осетии показывает: стимулирование инновационного развития в описанных условиях требует последовательной, сфокусированной поддержки «точек роста» и столь же последовательной работы с имеющимися ограничениями — как социально-экономическими, так и социокультурными. Что это означает конкретно для Северной Осетии?

ТОЧКИ ОПОРЫ: АДРЕСНАЯ РАБОТА — ПОСТЕПЕННЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

На какие точки опоры может опереться региональная стратегия инновационного развития?

Первая точка опоры — упомянутое положительное отношение к предпринимательству. Причем респонденты не только демонстрируют собственное позитивное восприятие карьеры предпринимателя (87%), но и чаще, чем в других регионах, уверены, что люди вокруг считают так же (77%). Отчасти такое отношение может быть связано с «вынужденным предпринимательством», обусловленным высоким уровнем безработицы (12%) в регионе. Среди потенциальных предпринимателей в Северной Осетии больше людей со средним образованием (35% против 23% в среднем по 10 регионам), а также больше людей с низкими доходами (18% тех, кто не может позволить себе покупку одежды против 12% в среднем по 10 регионам). Тем не менее, вне зависимости от причин перехода в предпринимательскую деятельность, высокие предпринимательские намерения остаются точкой опоры развития республики.

Северная Осетия — это в значительной степени коллективистское общество: для человека мнение окружающих здесь имеет большое, если не решающее, значение во многих жизненных ситуациях (Рисунок 5.3). Положительное отношение к предпринимательству в таком обществе — важный драйвер развития (Рисунок 5.4).

В этих условиях для обеспечения устойчивого эффекта в среднесрочном периоде (5–7 лет) поддержка технологического предпринимательства должна осуществляться непрерывно и по разным направлениям. Например, усиление позитивного облика технологического предпринимательства посредством информационных кампаний; стимулирование внедрения инновационных технологических решений, поддержка проектов, опирающихся на ресурс диаспоры и выходящих за пределы региона.

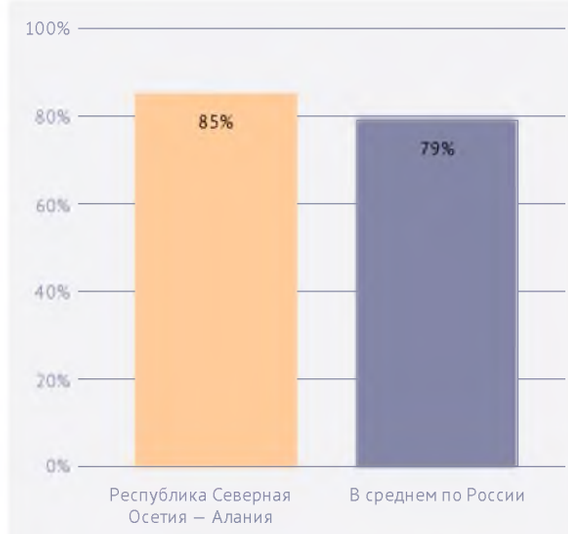
Вторая точка опоры — высокая ценность образования (вторая после Москвы — среди регионов исследования — доля людей с высшим образованием среди занятых) и наличие соответствующей инфраструктуры[4]. Дискуссии о качестве образования не должны уводить внимания от того обстоятельства, что в регионе имеется образовательная инфраструктура, в которой могут складываться центры развития предпринимательских и технологических компетенций (в том числе с дистанционными форматами обучения, привлечением приглашенных преподавателей, независимыми формами контроля знаний). Символическая ценность образова-

3 Достаточно высокие предпринимательские намерения в текущем исследовании могут объясняться в частности вынужденным предпринимательством. По данным GEM, в 2018 г. в России доля вынужденных предпринимателей составляла 39,3%. Это означает, что предпринимательство может рассматриваться как альтернативный работе по найму источник получения доходов. Примечательно, что на близкий вопрос, задаваемый GEM в 2018 г., «Планируете ли вы в ближайшие три года открыть бизнес, всем или частью которого вы будете владеть?», только 5,1% опрошенных респондентов по России давали утвердительный ответ. Вероятно, при такой формулировке респонденты не включали в понятие «бизнес» самозанятость и некоторые формы индивидуального предпринимательства (подробнее см. главу 10 «„Умный, целеустремленный, честный“: предпринимательство — привлекательный карьерный трек?»).

4 Владикавказ присутствует на 24-м месте в рейтинге российских городов по качеству высшего образования (2018); в республике высокая численность педагогических работников организаций дополнительного образования для детей до 18 лет (13 против 9 на 1000 по России в целом). (http://vuzoteka.ru/вузы/города); ФСГС РФ.

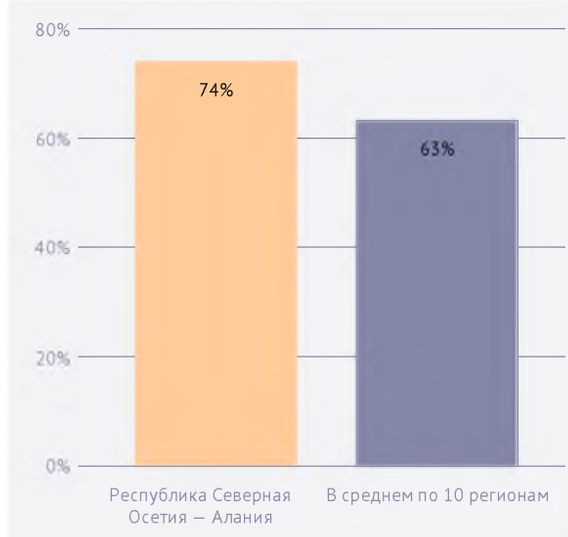
ния (в коллективистском обществе) является дополнительным фактором, который позволяет использовать образование и образовательную инфраструктуру для инновационного развития.

Третья точка опоры — расширенная семья, чьи статусные, экономические и социальные ресурсы при должной «инклюзии» в сферу технологического предпринимательства могут сыграть решающую роль в стимулировании этой сферы. В условиях коллективистского и небогатого общества распределение ресурсов (финансовых/трудовых и пр.) часто обусловлено не рыночными механизмами, а взаимоотношениями внутри и между кланами. Именно поэтому речь здесь должна идти о выводе «из тени» финансовых, трудовых и многих других отношений за счет позитивных стимулов, связанных с большей отдачей на инвестируемый капитал, его защищенностью, доступом к современным управленческим и технологическим инновациям, выходом на рынки вовне республики.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018); по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 5.3
Важность мнения окружающих в Северной Осетии («Насколько для вас важно, чтобы работа вызывала уважение друзей и семьи?», «Важно» + «Крайне важно»)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 5.4
Отношение к предпринимательству как карьере («Представьте, что ваш ребенок (внук) выбирает между развитием собственного дела и устройством на работу в уже существующей организации и спрашивает у вас совета. Что бы вы ему посоветовали?», «Развивать собственное дело»)

БАРЬЕРЫ: СМЯГЧЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

В настоящее время в Северной Осетии «по умолчанию» социально-экономические и социокультурные факторы оказывают скорее сдерживающее воздействие на спрос на инновации. Невысокие занятость и среднедушевой доход, сравнительно небольшая доля тех, для кого основной источник средств существования — трудовая деятельность (56% трудоспособного населения в Северной Осетии против 71% в среднем по России) ограничивают возможность покупать новые товары, взаимодействовать с инновациями как в быту, так и в процессе трудовой деятельности. Инертность и консерватизм (следствие относительно высокого коллективизма и относительно низких гедонизма и долгосрочной ориентации) ограничивают саму готовность пользоваться новыми продуктами и услугами (Рисунки 5.5–5.6).

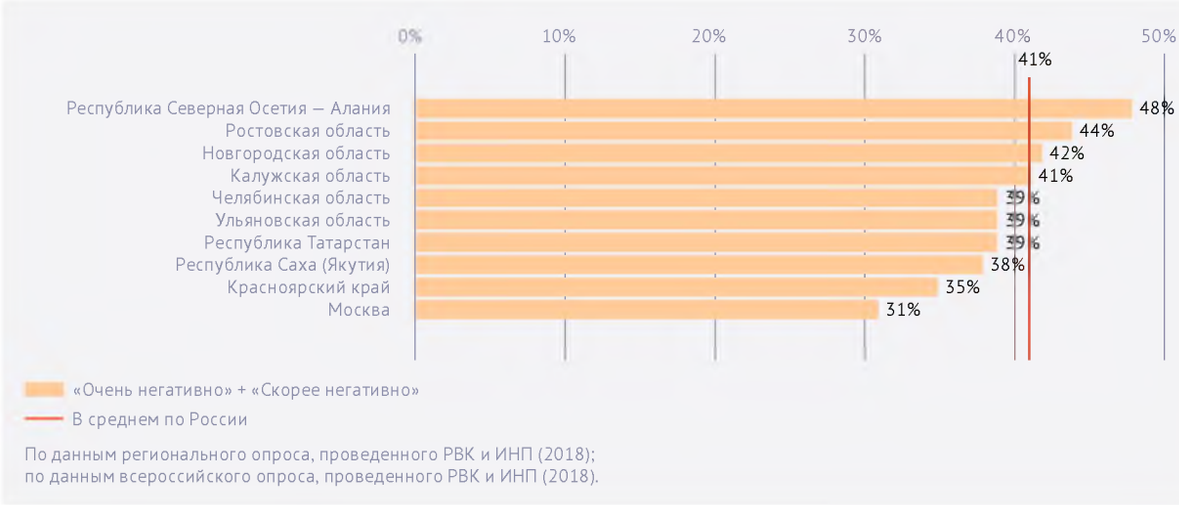
> *В Северной Осетии наименьшая доля населения будет чувствовать себя спокойно при пользовании не только беспилотными автобусами, но и новыми технологиями в сфере медицины (проведение удаленных медицинских консультаций, проведение операции с использованием робота, вживление чипа для восстановления слуха).*

Дополнительное ограничение для инновационного развития — короткий горизонт планирования: 26% респондентов не имеют планов вовсе, а на срок от трех лет планы есть лишь у 31%. Низкие доходы, короткий горизонт планирования ограничивают долгосрочные инвестиции и — как следствие — достижение качественных изменений в уровне жизни.

Требует внимания и «культурный разрыв» между более старшим поколением и более молодым (Рисунок 5.7). В целом для России характерно, когда люди старших возрастов (46–60 и 60+) демонстрируют более высокое избегание неопределенности, чем молодые (18–30). Но в Северной Осетии этот разрыв обостряется: уровень избегания неопределенности у молодых значительно меньше, а у людей старших возрастов — выше. В этих условиях логично опираться на «социокультурную» склонность молодых к новому, к риску, являющуюся пропредпринимательской чертой «экономического характера», а также на позитивное отношение к предпринимательству в регионе в целом. При этом важно учитывать: Северная Осетия — коллективистское общество, здесь сильны межпоколенческие связи и неформальные отношения внутри расширенной семьи. Таргетирование мер только на одну социальную группу (условные «молодые») без учета реакции де-факто «стейкхолдеров» (условно «старшие возраста») чревато обострением внутренней напряженности и конфликтности[5].

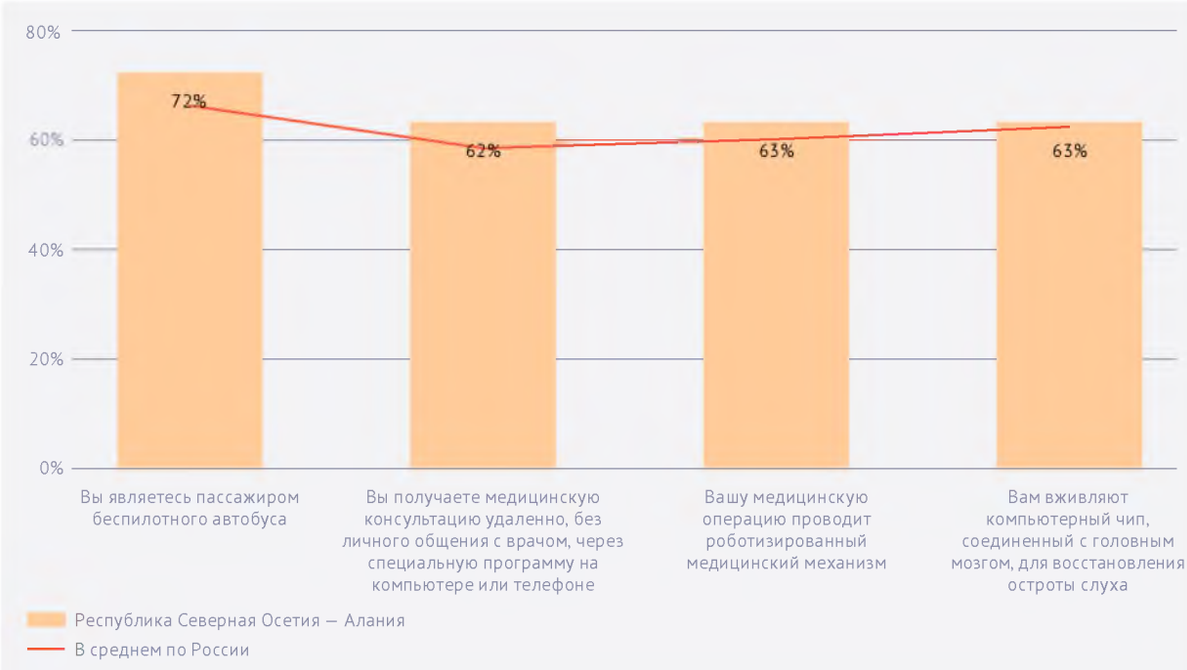
Непростые социально-экономические и социокультурные условия не позволяют ожидать «автоматического», быстрого инновационного роста в Северной Осетии, тем более в краткосрочном периоде. Но если расширить горизонт планирования, можно наметить траекторию выхода на инновационный путь развития.

5 Вместе с тем, возможно, отношения внутри расширенной семьи могут частично компенсировать проявляющиеся межпоколенческие различия.



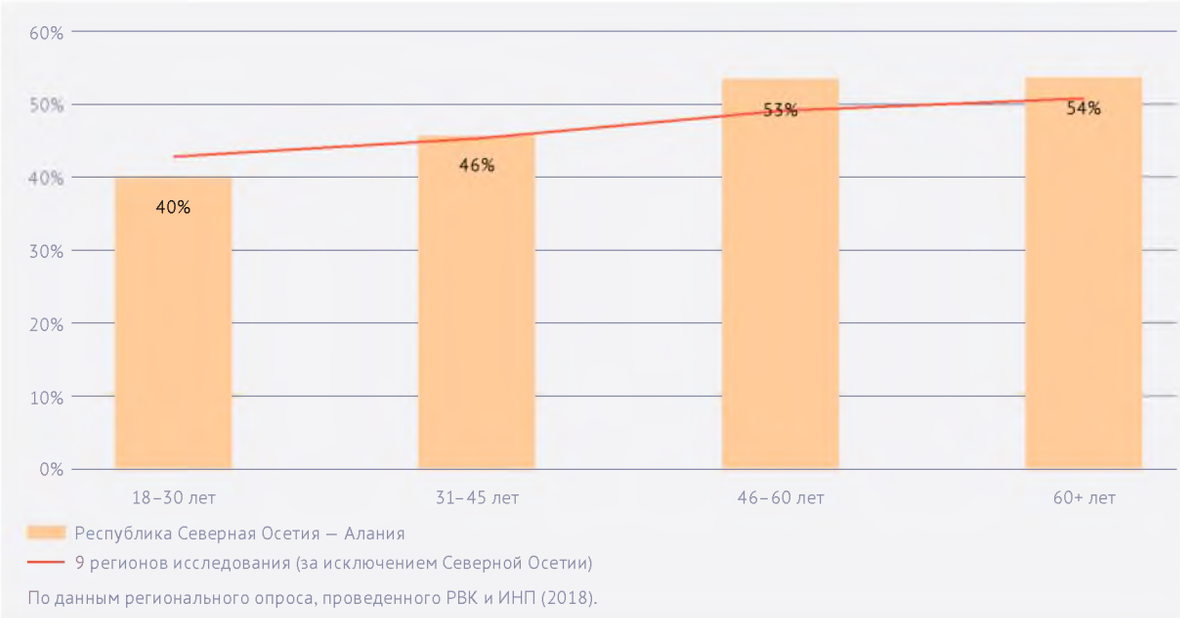
По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018);
по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 5.5
Отношение к роботам и искусственному интеллекту («В целом, вы относитесь очень положительно, скорее положительно, скорее негативно или очень негативно к роботам и искусственному интеллекту?»)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018);
по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 5.6
Отношение к технологиям НТИ («Насколько спокойно вы будете себя чувствовать в следующих ситуациях?», «Совершенно неспокойно» + «Скорее неспокойно»)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 5.7
Избегание неопределенности в Северной Осетии и других регионах исследования в возрастном разрезе

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Перспективы инновационного развития Северной Осетии связаны, во-первых, с опорой на положительное отношение к предпринимательству и учетом коллективистских особенностей культуры. Во-вторых, с «проращиванием» нового поколения предпринимателей, обладающих не только универсальными компетенциями, но и готовых пробовать себя в новых сферах, в том числе в технологическом предпринимательстве. В-третьих, с включением задач инновационного развития республики в федеральный контекст, выводом региональных проектов на российский и международный уровень.

- Сравнительно высокий уровень коллективизма дает возможность развития различных «шэринговых» форматов:
  - Создание и развитие наиболее востребованных элементов инновационной инфраструктуры для совместного использования: например, фаблабов с возможностью совместного использования оборудования и централизованной системой продвижения и популяризации наиболее заметных результатов.
  - Развитие коллективных финансовых инструментов — mutuals в различных вариантах — для привлечения средств в сферу технологического предпринимательства, включая механизмы государственного софинансирования и гарантий сохранения первоначального вклада.
  - Использование потенциала расширенной семьи (бондинговая группа, активы семьи, динамизм «молодых» и авторитет «взрослых») для развития семейных бизнесов, в том числе с привлечением микрокредитования по модели «Grameen Bank».

«Grameen Bank» (www.grameen.com) — банк-агент, созданный в 1976 г. для специальной системы выдачи кредитов в Бангладеш. Инициатива была направлена на обеспечение доступа к банковским продуктам низкодоходных групп населения в сельских населенных пунктах.

«Grameen Bank» выдавал небольшие займы, порядка нескольких десятков долларов, выплачивавшихся частями, бедным жителям деревень в основном на развитие сельскохозяйственного микробизнеса — покупку семян или животных. Банк настаивал на объединении заемщиков в небольшие группы, в которых действовала солидарная ответственность.

Результаты оказались впечатляющими. Несмотря на низкий уровень доходов заемщиков, 95% выданных кредитов были возвращены. Исследования показали, что регулярные доходы заемщиков оказались на 43% выше доходов жителей деревень, не кредитовавшихся в банке [Hossain, 1988]. Увеличились доходы не только самих заемщиков банка, но и деревень, откуда они были родом, — активизация предпринимательской деятельности оказала позитивное влияние на всю местность. Схема, предложенная Мухаммадом Юнусом, применяется сейчас более чем в 30 странах, а сам он в 2006 г. получил Нобелевскую премию мира.

- Высокая — в том числе символическая — ценность образования дает возможность задействования этой сферы в программах развития технологического предпринимательства:
  - Создание образовательных (в т.ч. дистанционных) программ для школьников и студентов по обучению как предпринимательству в целом, так и технологическому предпринимательству.
  - Использование существующей образовательной инфраструктуры в качестве площадки для развития инновационных форматов взаимодействия между предпринимателями, менторами, инвесторами, потенциальными покупателями (фаблабы, «точки кипения», бизнес-инкубаторы и др.) с привлечением специалистов, не включенных в локальные патрон-клиентские отношения и обладающих достаточной степенью автономности и независимости для объективного отбора наиболее перспективных проектов.
- Учет особенностей коллективистской культуры и одновременно демпфирование сравнительной «узости» внутреннего рынка республики, возможно за счет изначального проектирования стратегии инновационного развития как выходящей за рамки границ субъекта Федерации:
  - Привлечение проектов, имеющих перспективы в других регионах РФ, на уровне страны в целом или на зарубежном рынке, в федеральные программы акселераторов (в том числе через использование ресурса этнических связей). Учитывая пространственное распределение осетинской диаспоры в России, перспективные регионы для сотрудничества — Москва, Кабардино-Балкарская республика, Ставропольский и Краснодарский края)[6].
  - Возврат прибыли от успешных проектов в республику, в том числе за счет поддержки социальных проектов, иных форм распределения благосостояния внутри расширенной семьи (в т.ч. за счет поддержки «микростартапов»).
  - Вынесение экспертизы и механизмов принятия решений о поддержке проектов на общероссийский уровень для снижения субъективизма при принятии решений и влияния патрон-клиентских связей внутри узких групп.
  - Из-за сравнительно низкого уровня институционального доверия (в особенности местным и региональным властям) вовлечение федеральных властей в информационные кампании, программы стимулирования инноваций и привлечения венчурного финансирования, а также вовлечение региона в масштабные федеральные программы (НТИ, ЦЭ).
- Высокий коллективизм и, как следствие, зависимость от мнения окружающих, свойственные населению Северной Осетии, обусловливают эффективность настройки информационных кампаний по популяризации инноваций:
  - Таргетирование информационных кампаний на разные уровни расширенной семьи с акцентировкой релевантных элементов для разных поколений. Распространение историй успеха представителей Северной Осетии повысит притягательность сферы технологического предпринимательства для населения.
  - Выращивание лидеров мнений на местном уровне для обеспечения связности разных сообществ и кланов внутри республики. Лидеры мнений могут наладить единую коммуникационную сеть, способствовать перетоку ресурсов, а также налаживать связь с акторами за пределами республики.

6 Подробнее о влиянии диаспоральных связей на экономику (в частности, торговлю), см. [Gokmen, Nikishina, Vézina, 2018].

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе специально организованных количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим (а) население отобранных регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом.

Общероссийский опрос (2036 респондентов) и опрос в 10 регионах исследования (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) проводился в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы делаются, если регрессионный анализ (учитывающий влияние социально-демографических факторов на переменные интереса) показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались логит-модели и OLS-модели.

Социокультурные характеристики по методике Гирта Хофстеде[7]

Дистанция власти — степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти.

Индивидуализм характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В коллективистских обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность.

Напористость характерна для конкурентных сообществ, ценящих достижительность, материальную награду за успех. Гибкость характерна для обществ, где предпочтение отдается кооперации, скромности, заботе о слабых, обеспечению достойного качества жизни для всех.

Избегание неопределенности — степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций.

Долгосрочная ориентация характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость.

Гедонизм характерен для обществ, в которых достаточно свободно удовлетворяются основные и естественные человеческие потребности, связанные с наслаждением жизнью и получением удовольствия. Умеренность характерна для обществ, в которых потребности, связанные с удовольствием и развлечениями, в той или иной степени подавляются в силу строгих социальных норм.

БИБЛИОГРАФИЯ

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства — Россия 2018/2019». (2018). ВШМ СПбГУ.

Рейтинг российских городов по качеству высшего образования. (2018). (http://vuzoteka.ru/вузы/города).

Социальный атлас российских регионов. (2010). Независимый институт социальной политики (www.socpol.ru/atlas/typology/index.shtml).

Gokmen G., Nikishina E., Vézina P. L. (2018). Ethnic Minorities and Trade: The Soviet Union as a Natural Experiment // World Economy. Vol. 41. № 7. P: 1888–1902.

Hossain M. (1988). Credit for Alleviation of Rural Poverty: The Grameen Bank in Bangladesh. Vol. 65. Intl Food Policy Res Inst.

7 В русскоязычной литературе показатель «напористость/гибкость» также зачастую переводится как «маскулинность/феминность». В оригинале — masculinity/feminity, что при переводе на русский язык подчеркивает гендерный аспект, который не является определяющим. Поэтому в данном отчете используется термин напористость/гибкость, отражающий смысловой перевод данного фактора Г. Хофстеде. Также показатель «гедонизм» зачастую переводится как «терпимость» или «потворство желаниям» (в оригинале — indulgence/restraint). Во избежание путаницы при переводе терминов в данном отчете используется смысловой перевод «гедонизм/умеренность».

III. Технологический оптимизм: восприятие населением новейших технологий

Результаты исследования позволяют сравнить разные категории населения и разные регионы по нескольким группам параметров, одной из которых является отношение к новым технологиям.

Заказчиком исследования выступает АО «РВК», являющееся проектным офисом одной из ключевых государственных программ, направленных на ускоренное развитие новых технологий — Национальной технологической инициативы (НТИ)[1]. НТИ формируется как комплекс (финансовых и нефинансовых) мер поддержки вокруг нескольких приоритетных технологических ниш (т.н. «рынки НТИ»). В этой связи важной практической задачей является изучение восприятия новых технологий населением. В ходе распространения технологий в повседневной жизни часто более существенными оказываются не технологические или рыночные, а социальные барьеры, т.е. неготовность людей использовать определенные технологические решения, услуги или продукты в силу предрассудков или особенностей общественного мнения.

Классическими примерами неоднозначного отношения к новым технологиям, тормозящего их использование в повседневной жизни, является неприятие обществом генетически модифицированных продуктов[2] или различные движения против вакцинации[3]. Часть технологий НТИ предполагают внедрение радикальных, прорывных инноваций (например, беспилотный транспорт или использование искусственного интеллекта в медицине). В связи с этим при проектировании исследования было принято решение добавить в анкету вопросы, замеряющие уровень «технологического оптимизма» в отношении конкретных технологий/продуктов/услуг.

Уровень «технологического оптимизма» в отношении конкретных технологий варьируется. Несмотря на то, что в отношении многих технологий негативные ответы встречались чаще, чем позитивные, мы предварительно оцениваем текущий уровень «технологического оптимизма» как достаточный для появления первых пользователей технологий («новаторов»). На следующем этапе с появлением соответствующих рыночных решений и нормативно-правовой базы они ускорят распространение технологий среди менее активных пользователей.

Особенно заметным этот вывод становится в контексте межстранового сравнения. Например, 39% респондентов в России отвечают, что чувствовали бы себя «спокойно» или «скорее спокойно» при хирургической операции, проводимой медицинским роботом, что превышает долю подобных ответов в среднем по ЕС — 33%[4]. Если же мы сравним с отдельными европейскими странами, то увидим, что уровень российского «технологического оптимизма» в отношении роботизированной медтехники значительно выше, чем в странах, традиционно признаваемых технологическими лидерами — например, в Германии (27%) или Великобритании (31%). При этом отношение россиян к роботам и искусственному интеллекту в целом незначительно отличается от среднеевропейского: 54% положительных ответов в России и 61% в странах ЕС.

Что касается различий внутри России, между регионами исследования, то их можно определить как незначительные. Исключения — более настороженное отношение к технологиям в Северной Осетии и более положительное отношение к дистанционной медицине в Якутии.

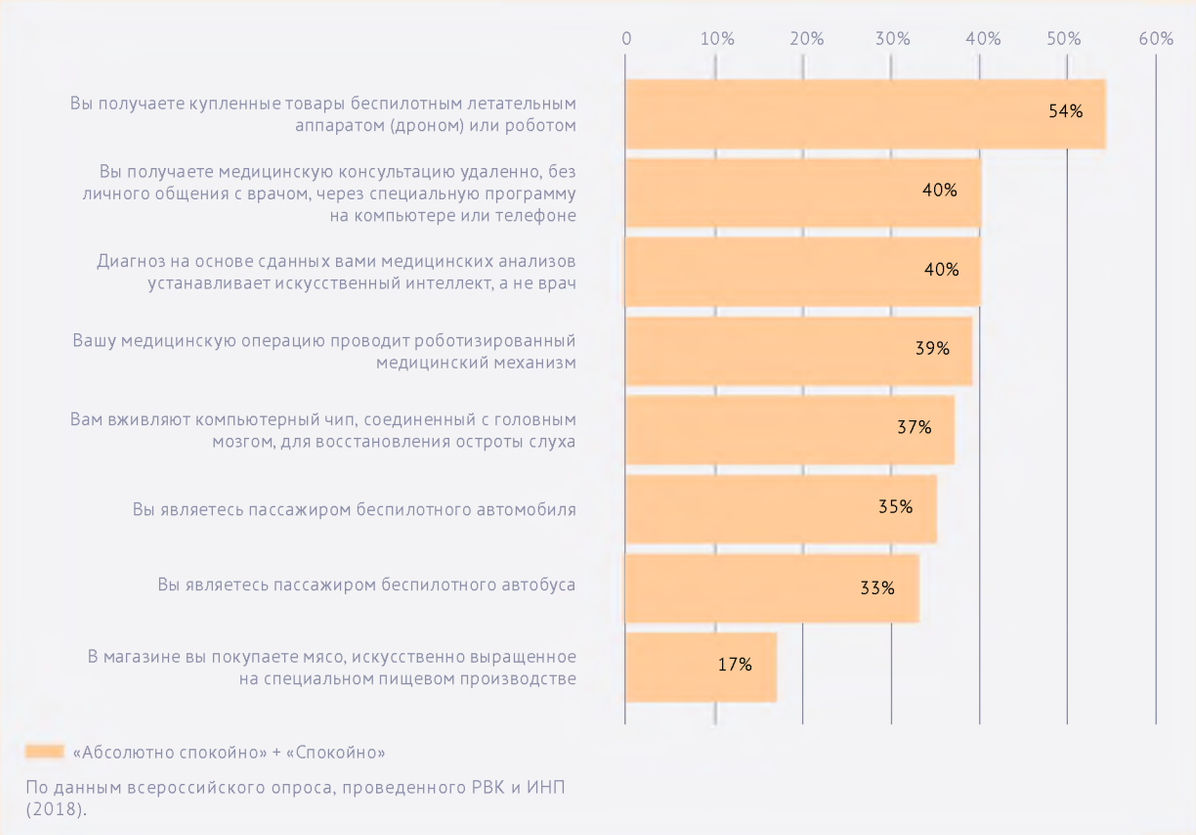
Другой важный результат связан с воспринимаемой безопасностью технологий. Например, технически и беспилотный автомобиль, и воздушный дрон, выполняющий доставку, являются автономными транспортными средствами. Однако дрон должен перевозить груз, а не людей: возможно, именно поэтому отношение к нему является более спокойным (54% против 33%). Более интересное преломление данный результат находит в интерпретации ответов на вопросы, связанные с медицинскими технологиями. Отношение к технологиям, от которых прямо зависит жизнь и здоровье людей (хирургия, нейропротезирование), более

1 Программа подробно описана на сайте http://www.nti2035.ru/.

2 См., например, Braun R. (2002). People's Concerns about Biotechnology: Some Problems and Some Solutions // Journal of Biotechnology. Vol. 98. № 1. P. 3–8.

3 См., например, Larson H. J., Jarrett C., Eckersberger E., Smith D. M., Paterson P. (2014). Understanding Vaccine Hesitancy around Vaccines and Vaccination from a Global Perspective: A Systematic Review of Published Literature, 2007–2012 // Vaccine. Vol. 32. № 19. P. 2150–2159; Capurro G., Greenberg J., Dubé E., Driedger M. (2018). Measles, Moral Regulation and the Social Construction of Risk: Media Narratives of "Anti-vaxxers" and the 2015 Disneyland Outbreak // Canadian Journal of Sociology. Vol. 43. № 1. P. 25–48.

4 Отметим, что в силу особенностей инструментария, несмотря на одинаковые формулировки вопросов, в российском исследовании и в «Евробарометре» были разные шкалы ответов. Также отметим, что распределение уровня «технологического оптимизма» в европейских странах крайне неравномерное, например, значительные различия зафиксированы между соседними Германией и Нидерландами (Special Eurobarometer 460. Attitudes Towards the Impact of Digitisation and Automation on Daily Life. Eurobarometer and European Commission, 2017. (http://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2160_87_1_460_ENG)).



Восприятие новых технологий в России («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)[5]

настороженное, чем к технологиям, предполагающим возможность дистанционной диагностики и медицинской помощи (телемедицина, использование ИИ). Примечательно, что боязнь «человеческого фактора» может повышать спрос на новые технологии, способные заменить человека, в особенности связанные с автоматизацией и роботизацией: потребители будут использовать их в надежде на получение услуги более высокого качества.

Отношение людей старших возрастов и молодых поколений к медицинским технологиям практически не отличается. Например, 39% людей старше 60 лет заявили, что спокойно чувствовали бы себя при проведении операции роботом-хирургом и при получении медицинских услуг удаленно. Для возрастной группы 18–30 лет показатели составили 44% и 38% соответственно.

Характерно, что в отношении других групп технологий (например, связанных с беспилотным транспортом) различия более значимые — уровень «технологического оптимизма» молодежи предсказуемо выше, чем у пожилых людей. Однако эта тенденция не распространяется на медицинские технологии. Возможное объяснение феномена — с возрастом люди предъявляют больший спрос на медицинские услуги, чаще взаимодействуют с медицинскими учреждениями и более осведомлены о способах их работы. Люди старших возрастов являются перспективной группой поддержки при внедрении новых медицинских технологий.

Помимо отношения к конкретным технологиям в данном разделе описывается взаимосвязь «технологического оптимизма» с другими важными социальными переменными. Особенно важной нам представляется взаимосвязь с различными формами социального доверия. Так, доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной) является одним из наиболее значимых факторов доверия к новым технологиям: те, кто больше доверяют власти, чаще чувствуют себя спокойно при пользовании новыми технологиями. Возможно, причиной является большая уверенность в качественном выполнении государством функций регулятора и гаранта безопасности при использовании новых технологий (контроль соблюдения регламентов, лицензирование и т.д.). Другая иллюстрация роли доверия — отношение к передаче персональных данных. Россияне настороженно относятся к передаче персональных данных о здоровье и образе жизни: 49% опрошенных не готовы разрешить доступ к этим данным даже своему лечащему врачу, 28% не готовы делиться такими данными в принципе.

5 Формулировка «насколько спокойно» использовалась в связи с тем, что аналогичная формулировка используется в опросе «Евробарометр» и дает возможность для межстранового сравнения со странами Европы.

6. СНАЧАЛА ДОВЕРИЕ ИНСТИТУТАМ, ЗАТЕМ — ТЕХНОЛОГИЯМ

Роботизация, цифровизация, большие данные, искусственный интеллект — примеры технологий, стремительно меняющих современный мир. Необходимость совершения технологического рывка и достижения глобального лидерства России на технологических рынках требует стимулирования не только предложения технологических инноваций, но и спроса на них. Для развития и поддержки перспективных рынков и технологий в России были запущены программы Национальной технологической инициативы (НТИ) и Цифровой экономики (ЦЭ). Вместе с тем неготовность людей (в силу недоверия, страха и т.д.) использовать новые технологии может блокировать развитие соответствующих внутренних рынков.

Национальная технологическая инициатива (НТИ) — долгосрочная программа частно-государственного партнерства по содействию развитию перспективных рынков на базе высокотехнологичных решений, которые будут определять развитие мировой и российской экономики через 15–20 лет. Реализация началась в 2016 г. (http://www.nti2035.ru/).

Цифровая экономика (ЦЭ) — национальная программа, нацеленная на осуществление комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы России к 2024 г. Реализация началась в 2018 г. (https://data-economy.ru/).

В ходе исследования тестировалось отношение населения к следующим технологиям[1]:

В области медицины и здравоохранения:

a. роботизированные хирургические операции;
b. телемедицина;
c. диагностика на основе медицинских анализов с помощью искусственного интеллекта;
d. нейропротезирование.

В области транспорта и логистики:

a. курьерская доставка с помощью беспилотных летательных аппаратов (дронов) или роботов;
b. беспилотный общественный транспорт;
c. беспилотные автомобили.

В области пищевого производства:

a. производство искусственного мяса.

Более половины россиян (54%) декларируют положительное отношение к роботам и искусственному интеллекту. В среднем по ЕС — 61%, по странам Восточной Европы[2] — 62% (Рисунок 6.1). Более того, почти половина россиян (46%) считает, что при помощи научно-технических достижений можно решить любые проблемы, что сопоставимо с результатами исследования 2016 г. (42%)[3], и выше, чем в среднем по странам ЕС (22%)[4].

К конкретным технологиям россияне относятся более настороженно (Рисунок 6.2). В среднем чуть более трети респондентов чувствовали бы себя спокойно при пользовании новыми технологиями. Причем чем выше воздействие технологии на человека (или ее «инвазивность»), тем менее спокойно чувствует себя человек. Так, среди рассматриваемых технологий лидирующие позиции — у доставки с использованием беспилотных летательных аппаратов (дронов) (54%). «Аутсайдер» — искусственно выращенное мясо (17%). В целом же положительное отношение населения России к технологиям НТИ несколько превосходит среднеевропейские уровни (Рисунок 6.3).

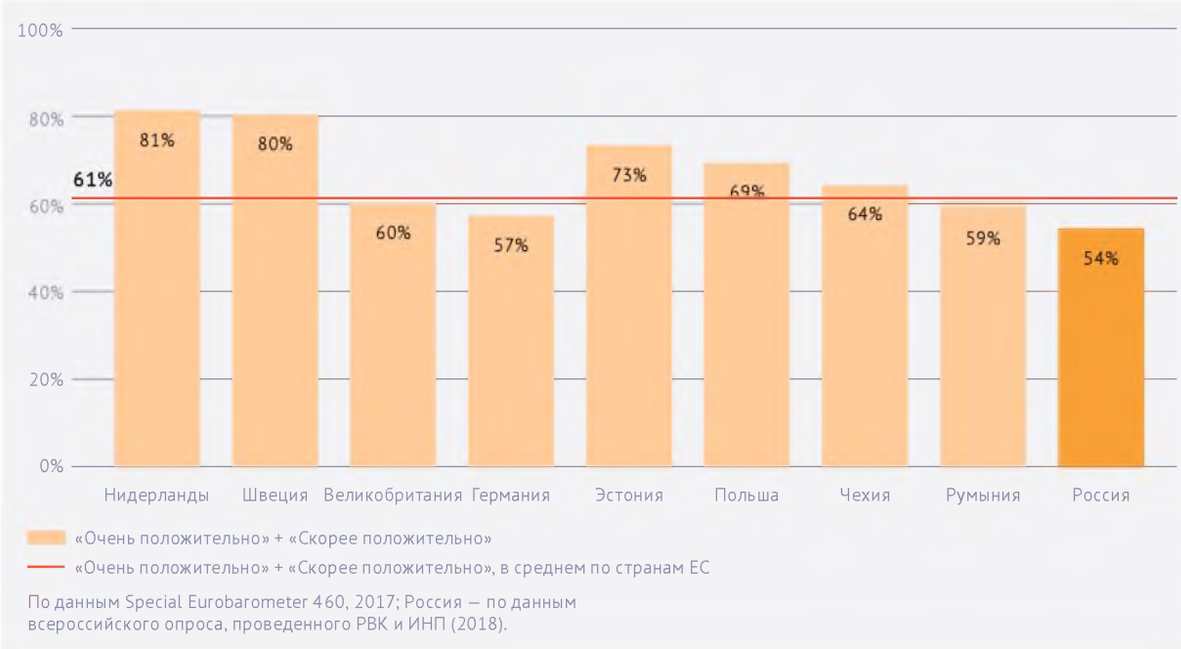
Фокус-группы, проведенные с жителями Москвы и Великого Новгорода в феврале 2019 г., подтверждают заинтересованность людей из разных возрастных групп в высокотехнологичных решениях. Респонденты признают, что технологии, которые еще недавно были новыми (электронная очередь, электронные госуслуги, автопарковщик, круиз-контроль и др.), значительно упрощают рутинные операции, экономят время и силы. Это формирует ожидание, что новые технологии также повысят качество жизни. На спрос на новые технологии влияют также доверие технологии, уровень информированности о принципах ее работы, наличие положительных отзывов и статистики, доверие специалистам, работу которых эта технология замещает, и др. Причем ключевые барьеры для пользования новыми технологиями связаны, прежде всего, с высоким избегани-

1 Для исследования были отобраны технологии НТИ и ЦЭ, предназначенные для массового пользователя, которые потенциально могут вызывать неоднозначное отношение людей в силу их воздействия на устоявшиеся повседневные практики и/или из-за затрагивания ими устоявшихся этических норм.

2 В число стран Восточной Европы, в которых проводился Special Eurobarometer 460 в 2017 г., входят Болгария, Венгрия, Польша, Румыния, Словакия, Чехия. Минимальные значения по всей выборке стран зафиксированы в Греции, Хорватии, на Кипре (менее 50%), максимальные — в Нидерландах, Дании, Швеции (выше 80%).

3 Исследование поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ. (2016). РВК, МВШСЭН. (https://www.rvc.ru/upload/iblock/0e8/attitudes_to_technologies_and_innovations_in_Russia.pdf).

4 Special Eurobarometer 340 «Science and Technology», 2010 (https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_340_en.pdf). Точное сопоставление данных затруднено различиями в шкалах и методах опроса в России и ЕС: Евробарометр, проводился методом face-to-face, ответ на вопрос имеет 5-балльную шкалу (от «Полностью не согласен» до «Полностью согласен»). Данное исследование проводилось методом телефонного опроса, ответ на вопрос имеет бинарную шкалу («Да»/«Нет»).



По данным Special Eurobarometer 460, 2017; Россия — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 6.1
Отношение к роботам и искусственному интеллекту в России и странах Евросоюза («В целом, вы относитесь очень положительно, скорее положительно, скорее негативно или очень негативно к роботам и искусственному интеллекту?»)[5]

По данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

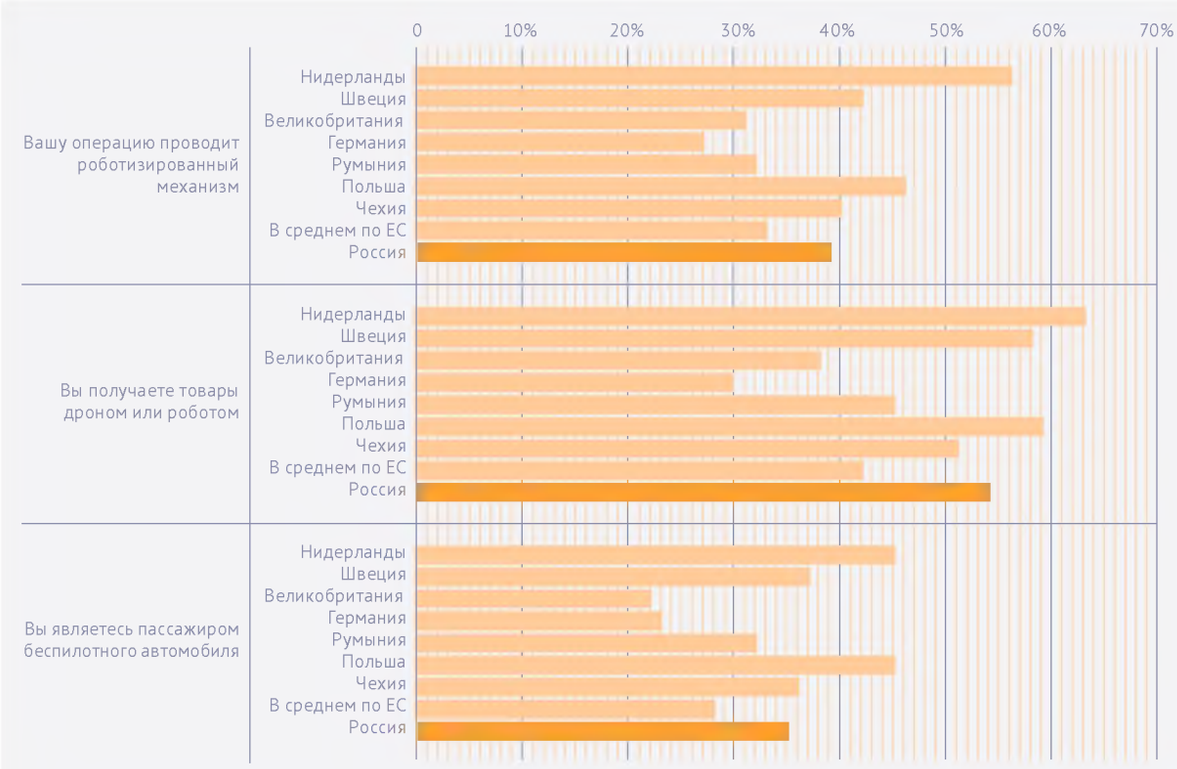
Рисунок 6.2
Восприятие новых технологий в России («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

ем неопределенности и низким институциональным доверием (подробнее драйверы и барьеры распространения технологий раскрыты в главе 8 «Кейс: медицинские технологии» и в главе 9 «Кейс: беспилотные автомобили»).

ДОВЕРЯЮ ИНСТИТУТАМ — ДОВЕРЯЮ ТЕХНОЛОГИИ

Эконометрический анализ (Таблица 6.1) показывает: чем больше респондент доверяет государственным институтам (любого уровня — федерального, регионального, муниципального), тем при прочих равных условиях спокойнее он будет чувствовать себя при пользовании технологиями НТИ и ЦЭ. Сложная техника требует точной настройки, правильного обслуживания и соблюдения регламентов со стороны людей, работающих с ней. Низкое доверие власти приводит к неприятию технологий НТИ: у людей нет уверенности в безопасности технологии; они не верят, что регулирующие органы смогут выполнить свои функции надлежащим образом.

5 Точное сопоставление данных затруднено различиями в шкалах и методах опроса в России и ЕС: Евробарометр, в отличие от данного исследования, проводится методом face-to-face.



По данным Special Eurobarometer 460, 2017; Россия — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 6.3
Восприятие новых технологий в России и странах Евросоюза («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?»)

> *Положительная связь институционального доверия и отношения к современным технологиям фиксировалась и в других исследованиях: например, в США те, кто больше доверяют властям, чаще положительно относились к генно-модифицированным продуктам [Peters et al., 2007][6].*

При этом высокое качество институтов и положительный «имидж» некоторых других стран (формируемый в том числе за счет высокого уровня жизни в них, бренда производимой в них продукции и т.д.) транслируются в готовность населения пользоваться новыми технологиями за пределами России. Например, участники фокус-групп говорили о большей готовности воспользоваться аналогичными технологиями в сфере медицины в Израиле, а не в России, а технологиями беспилотного транспорта — в Германии (более развитая дорожная инфраструктура, менее суровый климат).

«Если бы это в другой стране было, то отношение было бы положительное, а в нашей стране отношение отрицательное из-за того, что [...] везде и коррупция, и фамильярное отношение к своим обязанностям. Поэтому в нашем государстве я бы ни за что на это не подписался».

(Житель Москвы, возраст 31–45)

«У нас нет идеальных условий. Всё это хорошо для идеальных условий — и чипы хороши, и роботы, и все прочее, но не для нашей страны».

(Жительница Великого Новгорода, возраст 31–45)

Экспертные интервью подтверждают этот результат: низкое институциональное доверие может приводить к отказу от пользования услугами в России. Например, недоверие российской медицине в целом приводит к тому, что при наличии возможности люди предпочитают сделать операцию за границей. Даже если она типовая, а ее стоимость за рубежом гораздо выше.

«Допустим, операция по какому-нибудь суставу: перелом шейки бедра. Один из „дискаунтеров“ в медицине — это Индия, где реально многие операции на поток поставлены. У нас получилось, что [в России] операция стоит на 30% дешевле. А по качеству — абсолютно сопоставимо. Даже где-то материалы будут лучше, чем которые используются там».

(Из экспертного интервью)

В результате оказываются в проигрыше не только пациенты, но и отечественные высококвалифицированные специалисты. Россияне зачастую даже не знают о существовании в стране уникальных компетенций по лечению отдельных заболеваний и предпочитают «перестраховаться» и получить лечение в другой стране.

ДОВЕРИЕ АГЕНТАМ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Доверие к технологии и готовность ей пользоваться зависят в том числе от доверия институту, который ее внедряет. Правильный выбор агента внедрения инноваций может повысить уровень приятия технологии населением. В исследовании рассматривалось отношение населения к внедрению «чувствительных» технологий, с которыми человек взаимодействует непосредственно (беспилотный транспорт), а также «стандартных» технологий, взаимодействие с кото-

6 Выявленный эффект не универсален для стран: в работе не было обнаружено аналогичной связи в Германии.

	Робот-хирург (1)	Телемедицина (2)	Доставка дронами (3)	ИИ в диагностике (4)	Нейропротезирование (5)	Искусственное мясо (6)	Беспилотный автобус (7)	Беспилотный автомобиль (8)
Женщины	-0,345*** (0,064)	-0,292*** (0,064)	-0,421*** (0,065)	-0,232*** (0,063)	-0,150** (0,064)	-0,368*** (0,087)	-0,341*** (0,068)	-0,587*** (0,066)
Возраст	0,002 (0,002)	0,005** (0,002)	-0,027*** (0,002)	0,001 (0,002)	-0,003* (0,002)	-0,014*** (0,003)	0,002 (0,002)	-0,017*** (0,002)
Проживание в городе с населением 50–250 тыс.	0,035 (0,143)	-0,083 (0,144)	0,017 (0,150)	-0,043 (0,142)	0,191 (0,145)	-0,174 (0,183)	0,046 (0,150)	-0,070 (0,157)
Проживание в городе с населением более 250 тыс.	-0,022 (0,137)	0,007 (0,138)	0,257* (0,144)	0,058 (0,136)	0,189 (0,139)	-0,463*** (0,176)	-0,007 (0,143)	0,058 (0,151)
Среднее образование	0,285** (0,143)	0,127 (0,145)	0,728*** (0,151)	0,323** (0,142)	0,392*** (0,145)	-0,083 (0,180)	0,300** (0,150)	0,455*** (0,156)
Среднее специальное	0,028 (0,085)	0,091 (0,085)	0,192** (0,087)	0,129 (0,084)	0,093 (0,085)	0,162 (0,123)	0,047 (0,088)	0,184** (0,092)
Высшее образование	0,124 (0,076)	0,028 (0,076)	0,225*** (0,077)	0,094 (0,075)	0,100 (0,075)	0,051 (0,104)	0,128 (0,078)	0,247*** (0,080)
Доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной)	0,201*** (0,030)	0,265*** (0,030)	0,159*** (0,031)	0,188*** (0,029)	0,153*** (0,029)	0,289*** (0,041)	0,190*** (0,031)	0,262*** (0,032)
Религиозность	-0,215*** (0,030)	-0,120*** (0,030)	-0,137*** (0,030)	-0,168*** (0,029)	-0,140*** (0,029)	-0,306*** (0,040)	-0,206*** (0,031)	-0,176*** (0,031)
Constant	0,238 (0,252)	-0,257 (0,254)	1,169*** (0,262)	-0,136 (0,254)	-0,078 (0,254)	0,526 (0,344)	0,158 (0,263)	0,690** (0,274)
Учитывается регион	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Учитывается доход	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Наблюдения	5527	5552	5504	5547	5500	5544	5552	4986

*p<0,1; **p<0,05; ***p<0,01.
Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Зависимая переменная в регрессиях принимает значение 1, если человек будет чувствовать себя спокойно при использовании технологий, 0 — в ином случае. Используется логит-модель. Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием. Показатель «Доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной)» — фактор, рассчитанный по вопросам о доверии президенту РФ, региональным и муниципальным органам власти (метод главных компонент). Религиозность — ответ респондента на вопрос «Насколько в вашей жизни важна религия?».

Таблица 6.1
Связь между социально-демографическими и институциональными факторами и отношением к технологиям

рыми для большинства опосредованно (роботизация фермерской техники).

Результаты опроса показали, что при запуске массовых программ роботизации фермерской техники наибольшим доверием у населения будут пользоваться программы, инициаторами которых будут выступать государственные органы власти и научно-образовательные организации (Рисунок 6.4). Во многом это объясняется патерналистскими настроениями населения и сравнительно высокой ценностью образования в обществе — возможное следствие как высокой дистанции власти, так и советской истории.

Однако отношение к агентам внедрения инноваций различается в зависимости от региона проведения опроса, социально-демографических характеристик респондентов, специфики расселения. В частности, в Якутии самое высокое доверие научно-образовательным организациям (Рисунок 6.5).

Жители малых городов и сельских поселений чаще доверяют государственным органам власти и реже всего — частным компаниям (Рисунок 6.6). Жители крупных городов больше всего доверяют научно-образовательным организациям[7]. Возможные объяснения — преобладание патерналистских настроений в сельских поселениях, более высокий уровень образования населения в крупных городах, а также (в случае государственных органов власти) обратная зависимость между доверием институту и «близостью»/ частотой взаимодействия с ним.

При внедрении «чувствительных» технологий (беспилотный транспорт) наименьшее доверие жителей всех типов населенных пунктов вызывают частные компании. То есть в «чувствительных вопросах» и вопросах безопасности кредит доверия у государства оказывается выше, чем у частных компаний. При внедрении менее «чувствительных» технологий (роботизация фермерской техники) доверие частным компаниям выше, особенно в городах-миллионниках: они являются вторым по популярности агентом внедрения.

Результаты эконометрического анализа методом логит-анализа показывают[8]:

1. *Доверие государственным органам власти как агентам внедрения инноваций не зависит от дохода и возраста респондента, но при этом:*

7 Различия статистически значимы при контроле на прочие социально-демографические характеристики.

8 Регрессионные модели одновременно учитывали пол, возраст, доход, размер населенного пункта, уровень образования.

- *ниже — у жителей крупных населенных пунктов;*
- *выше — у женщин.*

2. *Доверие научно-образовательным организациям как агентам внедрения инноваций:*
   - *выше — у жителей крупных населенных пунктов.*
   - *ниже — среди старших возрастных групп;*
   - *выше — у группы со средним уровнем дохода.*
3. *Доверие частным компаниям как агентам внедрения инноваций:*
   - *выше — у жителей крупных населенных пунктов;*
   - *выше — у мужчин;*
   - *ниже — среди старших возрастных групп;*
   - *выше — у людей с более высоким доходом.*

Это означает, что при внедрении новых технологий значение имеет не только информирование населения о сути технологии, о том, как она работает и как позволяет повысить качество повседневной жизни, но и о том, кто выступает в качестве «гаранта» этой технологии. Все вместе это позволяет смягчать высокое избегание неопределенности и повышать уровень доверия технологии.

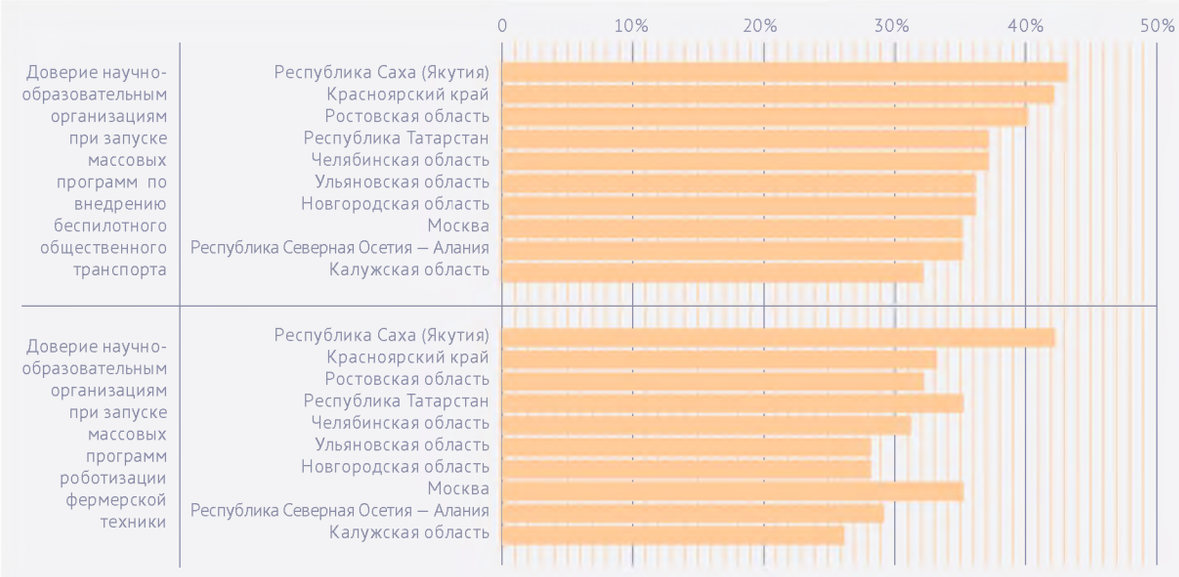
МОЖЕТ ЛИ НЕДОВЕРИЕ ПОМОЧЬ РАСПРОСТРАНЕНИЮ ТЕХНОЛОГИЙ?

Парадоксально, но низкий уровень доверия в ряде случаев может стать драйвером для использования новых технологий. Низкое доверие профессиональным качествам специалистов, оказывающих услуги в конкретной отрасли, подталкивает людей к пользованию новыми технологиями, замещающими человека. Этот эффект усиливается, когда неудовлетворенность текущим качеством оказания услуг оказывается особенно велика.

«Почему я должна доверять какой-то лаборантке, которая сидит в лаборатории и делает мне анализы? У меня нет уверенности в том, что она выдала правильный ре-

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 6.4
Доверие агентам внедрения инноваций («Представьте, что в России запускается массовая программа... Кто должен быть инициатором, чтобы вы в большей степени поверили в успех программы?»)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 6.5
Доверие научно-образовательным организациям как агенту внедрения инноваций («Представьте, что в России запускается массовая программа... Кто должен быть инициатором, чтобы вы в большей степени поверили в успех программы?» Доля респондентов, выбравших научно-образовательные организации)

зультат — по ее вине, по вине реактива или чего-то другого. У меня больше уверенность в тех данных, которые даст именно тот искусственный интеллект».

(Жительница Великого Новгорода, возраст 60+)

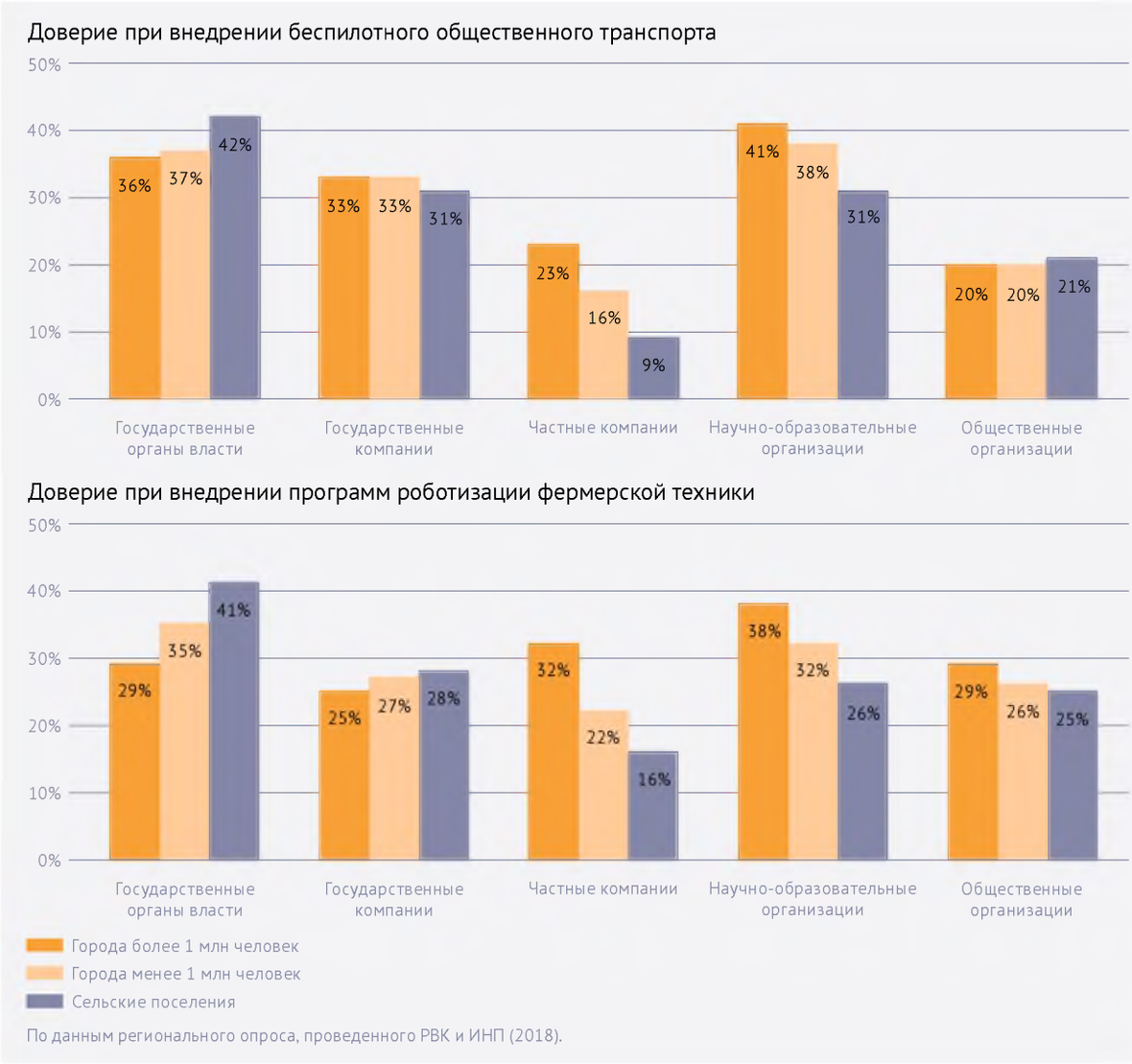
По данным исследования PwC, жители развивающихся стран с большей готовностью использовали бы роботов и искусственный интеллект в медицинских целях, чем жители развитых стран[9]. Например, о таком желании заявили 94% опрошенных в Нигерии и только 39% в Великобритании (Рисунок 6.7)[10]. Неразвитость систем здравоохранения в развивающихся странах, низкое доверие профессиональным качествам специалистов подталкивают людей к пользованию новыми технологиями в надежде на получение услуг более высокого качества[11].

Таким образом, можно предположить разнонаправленное влияние доверия на спрос на новые технологии. С одной стороны, высокое доверие власти повышает уровень приятия технологии: потребители уверены, что государство обеспечивает надлежащий контроль и технология безопасна. С другой стороны, низкое доверие людям, работающим в сфере внедрения инноваций, может повышать спрос на новые технологии: потребители будут использовать их в надежде на более высокое качество услуги.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Доверие — один из ключевых факторов, влияющих на готовность населения пользоваться новыми технологиями. Игнорирование его способно затормозить распространение новых технологий.

Повышение уровня институционального доверия — задача, решение которой влияет не только на инвестиционное поведение (сторону «предложения»), но и на готовность населения пользоваться новыми технологиями (сторону «спроса»). Меры, традиционно рекомендуемые для решения этих задач (включая повышение качества предоставления государственных услуг, развитие механизмов саморегуляции внутри государственной службы, обеспечение достовер-



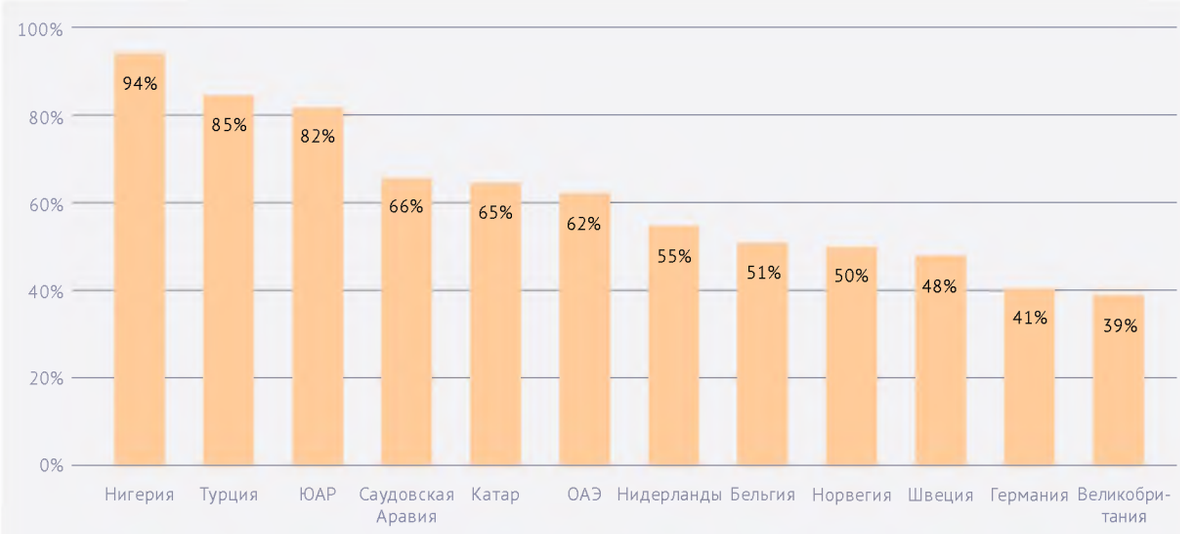
По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 6.6
Доверие агентам внедрения инноваций («Представьте, что в России запускается массовая программа... Кто должен быть инициатором, чтобы вы в большей степени поверили в успех программы?»)

9 What doctor? Why AI and robotics will define New Health. PwC (2017). (www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).

10 Отметим, что выборки респондентов в исследовании не являются репрезентативными на национальном уровне и обладают ограниченной сопоставимостью.

11 Исследования об «обратной» стороне высокого социального капитала только начинают появляться в литературе. Отрицательный эффект обобщенного доверия на экономический рост в странах с высоким значением доверия был зафиксирован в статье [Roth, 2009] — однако потенциальные каналы отрицательного эффекта не рассматривались. Тезис о технологиях как субститутах доверия затрагивался в работах [Исследование поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ 2016; Бахтигараева, Брызгалин, 2018].



What doctor? Why AI and robotics will define New Health. PwC. (2017). (www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).

Рисунок 6.7
Готовность получать медицинскую консультацию с помощью робота и ИИ («Готовы ли бы вы были говорить с компьютером или роботом с искусственным интеллектом для получения ответов на вопросы о здоровье, вашем состоянии и рекомендаций по лечению?»)

ности обязательств, развитие прямых каналов связи и др.)[12], будут актуальны и для стимулирования спроса на новые технологии.

Для компенсирования низкого институционального доверия и ускорения перехода к широкому использованию новых технологий в России важно обеспечить работу механизмов, гарантирующих качество услуг. Это может быть сделано за счет:

- Использования репутации существующих институтов/организаций. Безопасность новой технологии может гарантировать организация с уже сформировавшейся положительной репутацией, заинтересованная в ее сохранении и поддержании на высоком уровне.
- Создания общественного совета по высоким технологиям. Среди задач общественного совета могут быть экспертиза качества и безопасности технологий НТИ и ЦЭ, проведение общественных слушаний и выработка позиций по спорным и чувствительным для населения вопросам (вопросы этики замещения работы человека технологиями, проблема контроля роботизированного механизма и ответственности за его работу) и др. Для обеспечения доверия к общественному совету со стороны населения важно обеспечить прозрачность его работы, а также высокое качество производимой экспертизы. Для этого к работе в совете важно привлекать независимых экспертов и/или представителей институтов (как отечественных, так и зарубежных), заинтересованных в выдаче достоверной экспертизы. Во избежание конфликта интересов совет должен обладать юридической независимостью и включать представителей как государства, так и научно-образовательных учреждений, бизнеса и иных профильных организаций[13].
- Создания независимой платформы, на которой будет размещаться информация о всех технологиях и продуктах, разрабатываемых в рамках НТИ и ЦЭ. На ней могут быть реализованы «экспертный» и «потребительский» блоки. В экспертном блоке может размещаться информация о статистике внедрения и использования технологии, результаты испытаний и тестирований, комментарии экспертов, в потребительском — пользовательский рейтинг высокотехнологичных продуктов, а также форум.
- Использования платформ (по модели «Gett», «Airbnb», «Яндекс-такси» и др.) для продвижения отдельных технологий НТИ и ЦЭ. Взаимное рейтингование стимулирует как поставщиков, так и потребителей услуг вести себя добросовестно. Платформенные решения могут применяться, когда за технологиями стоит конкретный человек/производитель. Например, выбор врача для дистанционной консультации, выбор производителя для покупки кастомизированных продуктов питания и т.д.

Для демпфирования высокого избегания неопределенности и нежелания переключаться на использование новых технологий важно обеспечить информирование населения о новых технологиях, включая:

- Предоставление информации и демонстрацию наглядных кейсов, показывающих, как новые технологии позволяют повысить качество жизни — высвободить силы и время, повысить безопасность.
- Предоставление достоверной статистической информации, демонстрирующей безопасность технологии и преимущества ее перед стандартными услугами.

12 Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ. Доклад подготовлен экспертами ИНП, ЛИСОМО РЭШ, PwC в интересах Центра стратегических разработок (2017). https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/report-sf-2017-10-12.pdf.

13 Среди похожих структур за рубежом стоит упомянуть Советы по исследовательской этике (Research Ethics Committees, REC), созданные в большинстве европейских стран (http://www.eurecnet.org/background). Советы появились для контроля за соблюдением этических стандартов в медицине, однако сейчас решают широкий круг этических, научных и методических вопросов при проведении исследований (включая выдачу разрешений на реализацию экспериментов). Другой пример — Center for the Governance of AI (https://www.fhi.ox.ac.uk/GovAI/). Центр создан на базе Оксфордского университета и занимается изучением выгод и рисков от распространения искусственного интеллекта. В задачи центра входит в том числе взаимодействие и консультирование органов государственной власти по вопросам стратегии развития ИИ.

- Предоставление возможностей широким массам «ближе» познакомиться с новыми технологиями. Причем это могут быть как дистанционные форматы — видеоролики о новых технологиях, так и очные форматы — демонстрация работы новых технологий в экспоцентрах, на экскурсиях и т.д. с широким освещением в СМИ.
- Информирование населения о деятельности специалистов, использующих в своей работе инновационные технологии (например, хирурги, пользующиеся роботами-ассистентами); появлении новых профессий и специальностей, связанных с использованием новых технологий; существующих программах обучения подобных специалистов.
- Предоставление доступа к результатам тестирования новых технологий в российских условиях.
- Предоставление информации о результатах «контрольной закупки» (mystery shopping) при пользовании новыми технологиями.

Для стимулирования спроса на новые технологии, замещающие человека, необходимо предусмотреть:

- механизмы, контролирующие соблюдение технических регламентов;
- механизмы, страхующие технологии и специалистов от сбоев и ошибок;
- развитие инновационных платформ, соединяющих стартапы, административные органы, университеты и конечных покупателей, обеспечивающих большую востребованность технологий конечными потребителями по аналогии с Практикой 23 (платформы пилотирования проектов / интеграции поставщиков и потребителей) из Регионального стандарта НТИ[14].

При запуске инновационных программ необходимо учитывать различия в уровне институционального доверия среди разных социально-демографических групп:

- При распространении новых технологий в малых и средних населенных пунктах необходимо акцентировать внимание пользователей на участии в проекте государственных органов власти.
- Для распространения новых технологий в крупных городах важно акцентировать внимание пользователей на роли научно-образовательных организаций в проекте.
- Частные компании вызывают наименьшее доверие среди широких групп населения. Это означает, что эффект от усилий частных компаний по продвижению новых технологий может быть ограничен: успех будет гарантировать только совместная работа частных компаний, государства и научно-образовательных организаций.

14 Региональный стандарт НТИ, 2019. (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а)население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б)население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет. Фокус-группы были проведены компанией «Ipsos-Comcon».

БИБЛИОГРАФИЯ

Аузан А.А., Авдиенкова М.А., Андреева Д.А., Бахтигараева А.И., Брызгалин В.А., Бутаева К.О., Вебер Ш., Давыдов Д.В., Золотов А.В., Никитин К.М., Никишина Е.Н., Припузова Н.А., Ставинская А.А. (2017). Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ (https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/report-sf-2017-10-12.pdf).

Бахтигараева А.И., Брызгалин В.А. (2018). Роль социального капитала и институционального доверия в отношении населения к инновациям // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. № 4. С. 3-24.

Исследование поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ. Доклад подготовлен экспертами АНО «МВШСЭН» по заказу АО «РВК» при поддержке ЦСР (2016).

Региональный стандарт НТИ. (2019). (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

Peters H. P., Lang J. T., Sawicka M., Hallman W. K. (2007). Culture and technological innovation: Impact of institutional trust and appreciation of nature on attitudes towards food biotechnology in the USA and Germany // International Journal of Public Opinion Research. Vol. 19. № 2. P. 191–220.

Roth F. (2009). Does too much trust hamper economic growth? // Kyklos. Vol. 62. №1. P. 103–128.

Special Eurobarometer 340 «Science and Technology», 2010 (https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_340_en.pdf).

Special Eurobarometer 460. Attitudes Towards the Impact of Digitisation and Automation on Daily Life. Eurobarometer and European Commission, 2017 (http://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2160_87_1_460_ENG).

What doctor? Why AI and robotics will define New Health. (2017). PwC (https://www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).

7. КТО ГОТОВ БЫТЬ ПОКУПАТЕЛЕМ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ?

Результаты всероссийского опроса (подробнее об опросе — см. врезку в конце главы) показывают: не менее 78% респондентов в каждом регионе готовы сразу покупать новый товар или услугу при их появлении на рынке, даже если товар, которым они пользуются, их устраивает. Готовность сразу пробовать появившуюся новинку — хороший знак для развития инноваций в России. Однако похоже, что пока это касается только инкрементальных (незначительных), но не радикальных инноваций, принципиально меняющих характер потребления.

> *Инкрементальные инновации — инновации, представляющие собой дополнение или доработку уже существующих технологий.*
> *Радикальные инновации — инновации, кардинально меняющие положение вещей в той или иной области.*

Среди опрошенных 54% положительно относятся к роботам и искусственному интеллекту и от 17% до 54% респондентов констатируют, что им было бы спокойно при пользовании отдельными технологиями НТИ и ЦЭ (Рисунок 7.1).

> *Национальная технологическая инициатива (НТИ) — долгосрочная программа частно-государственного партнерства по содействию развитию перспективных рынков на базе высокотехнологичных решений, которые будут определять развитие мировой и российской экономики через 15–20 лет. Реализация началась в 2016 г. (http://www.nti2035.ru/).*
> *Цифровая экономика (ЦЭ) — национальная программа, нацеленная на осуществление комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы России к 2024 г. Реализация началась в 2018 г. (https://data-economy.ru/).*
> *Для исследования были отобраны технологии НТИ и ЦЭ, предназначенные для массового пользователя, которые потенциально могут вызывать неоднозначное отношение людей в силу его воздействия на →*

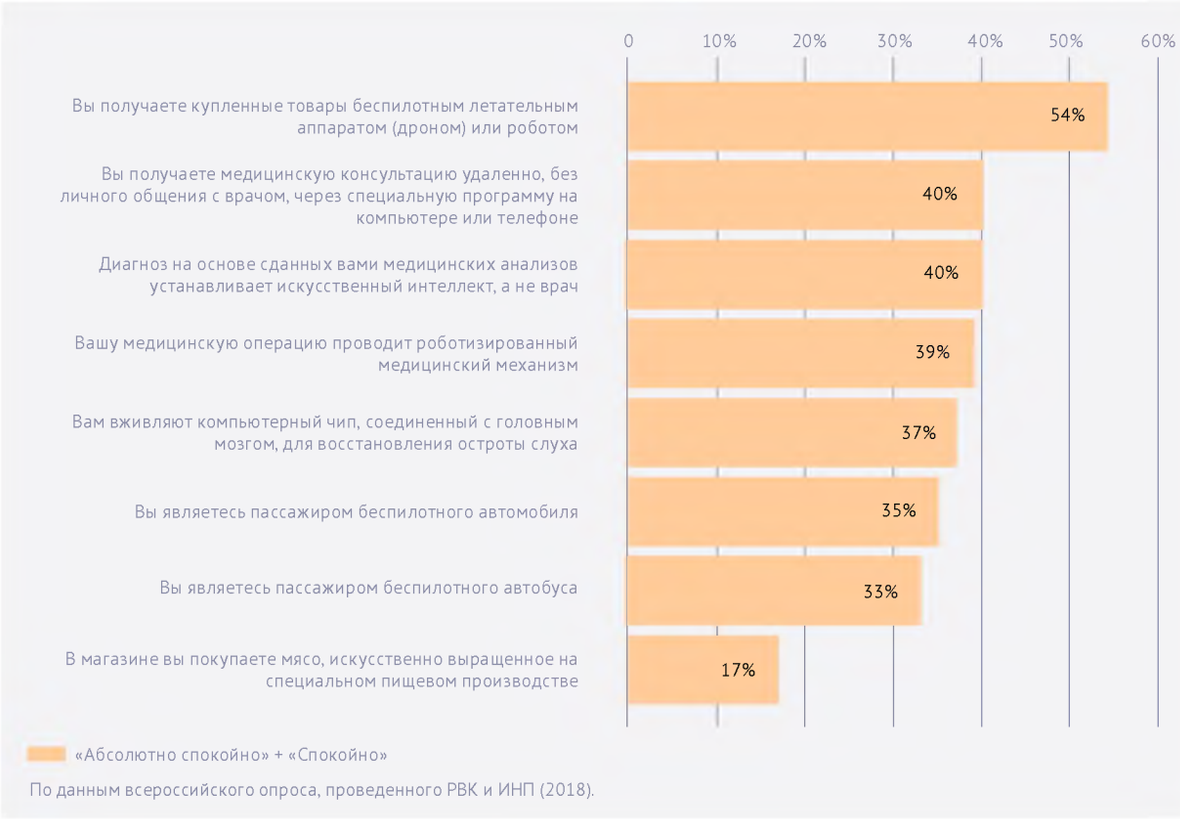


Рисунок 7.1
Восприятие новых технологий в России («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

устоявшиеся повседневные практики и/или из-за затрагивания им устоявшихся этических норм.

В ходе исследования тестировалось отношение населения к следующим технологиям:

В области медицины и здравоохранения:

a. роботизированные хирургические операции;
b. телемедицина;
c. диагностика на основе медицинских анализов с помощью искусственного интеллекта;
d. нейропротезирование.

В области транспорта и логистики:

a. курьерская доставка с помощью беспилотных летательных аппаратов (дронов) или роботов;
b. беспилотный общественный транспорт;
c. беспилотные автомобили.

В области пищевого производства:

a. производство искусственного мяса.

Часть участников фокус-групп в Москве и Великом Новгороде демонстрировали неуверенность в своей готовности пользоваться новыми технологиями. Однако многие отмечали, что будут готовы это сделать после появления положительных отзывов (в том числе через «сарафанное радио»). Это означает, что при выводе на рынок новых технологий, особенно тех, которые меняют и даже «ломают» старые модели поведения, ключевую роль играют покупатели-«первопроходцы» (early adopters) [Chesbrough, Crowther, 2006]. Знание их социально-демографических характеристик, ценностей и убеждений позволяет выявить населенные пункты и регионы, в которых выше критическая масса покупателей-первопроходцев — и, значит, в которых выше вероятность быстрого распространения новинки [Van den Bulte, Stremersch, 2004].

КАК ВЫГЛЯДИТ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ?

Какими социально-демографическими и социокультурными характеристиками обладает покупатель-первопроходец (early adopter) в сфере высоких технологий, одновременно положительно относящийся к роботам и искусственному интеллекту и склонный сразу приобретать новый продукт при его появлении?

Построение прогностической модели методом градиентного бустинга позволило выделить 10 характеристик, оказывающих наибольшее влияние на отнесение респондента к категории покупателей-первопроходцев в сфере высоких технологий. Из них только 4 — социально-демографические, а 6 — социокультурные (Таблица 7.1).

К группе потенциальных покупателей чаще относятся молодежь, люди с высшим образованием, жители крупных городов, предприниматели, руководители, специалисты и студенты. Это те группы населения, которые чаще сталкиваются с новыми технологиями либо в повседневной жизни, либо в силу профессиональной занятости. Социокультурные характеристики потенциального покупателя новых технологий оказались также достаточно ожидаемыми — это те ценности и поведенческие установки, которые стимулируют человека без опасений пробовать новое (в т.ч. технологии). Неожиданно то, что в совокупности социокультурные факторы при прогнозировании оказываются важнее, чем социально-демографические[1].

Таблица 7.1
Характеристики, предсказывающие вероятность того, что человек окажется в группе потенциальных покупателей-первопроходцев

Характеристика	Доля в предсказании	Потенциальными потребителями новых технологий чаще будут
Возраст	11%	Молодые люди в возрасте 18-30 лет
Отношение к неопределенным ситуациям	8%	Люди, для которых неопределенные ситуации — новые возможности, а не новые опасности
Религиозность	6%	Люди, для которых не важна религия
Уровень образования	6%	Люди с высшим образованием
Род занятий	5%	Предприниматели, руководители, специалисты и студенты
Размер населенного пункта проживания	4%	Жители крупных городов
Доверие научно-образовательными организациям	4%	Люди, доверяющие научно-образовательным организациям
Горизонт принятия решений	4%	Люди с более длинным горизонтом планирования
Уровень доверия	3%	Люди, доверяющие людям в целом
Уровень индивидуализма	2%	Люди со сравнительно высоким уровнем индивидуализма

Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Предсказываемая переменная принимает значение 1, если человек положительно или очень положительно относится к роботам и искусственному интеллекту, а также если он заявил о готовности сразу попробовать новый товар при его появлении на рынке (группа потенциальных покупателей-первопроходцев). Метод градиентного бустинга позволяет оценить вероятность попадания человека с конкретным набором характеристик в группу (использовались все доступные социально-экономические, демографические и социокультурные характеристики из анкеты опроса). Модель показывает вклад каждого фактора в предсказание модели, а также набор характеристик, обладание которыми обеспечивает наибольшую вероятность человека оказаться в группе потенциальных потребителей новых технологий.

1 Принадлежность человека к той или иной социально-демографической группе может оказывать влияние на разделяемые человеком ценности и поведенческие установки, однако для целей прогнозирования именно последние оказываются решающими.

Сравнительно низкая ценность религии в жизни человека и высокое доверие научно-образовательным организациям отражают большую восприимчивость человека к новым технологиям. Сравнительно высокий индивидуализм означает готовность человека первым попробовать новые технологии без оглядки на окружение. Высокое межличностное доверие может говорить о том, что человек открыт новому, не боится оппортунистического поведения со стороны других людей. Наконец, позитивное отношение к неопределенным ситуациям и сравнительно длинный горизонт планирования означают, что потенциальный потребитель новых технологий — тот, кто видит в новых технологиях новые возможности и способ качественно улучшить свою жизнь.

> *Моделирование на основе принципов машинного обучения показывает: типичный потенциальный потребитель новых технологий — человек в возрасте 25 лет с высшим или неоконченным высшим образованием, проживающий в городе-миллионнике, работающий специалистом. Для него/нее религия совсем не важна. Он/она доверяет людям в целом и научно-образовательным организациям как агентам внедрения инноваций, рассматривает неопределенные ситуации как источник новых возможностей, обладает сравнительно высоким индивидуализмом и имеет планы на горизонт 1–3 года.*

Все вместе это означает, что при выведении на рынок новых технологий недостаточно принимать во внимание только платежеспособность и демографическую структуру населения. Значительную роль играют социокультурные особенности людей, их отношение к новому, а также характеристики среды, в которой они живут — доверие людям, институтам и др. Это означает, что готовность к использованию новых технологий в отдельных регионах может быть оценена неверно.

КТО ГОТОВ БЫТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ ТЕХНОЛОГИЙ НТИ И ЦЭ?

В ходе опроса, проведенного осенью 2018 г., тестировалось отношение населения к восьми технологиям НТИ и ЦЭ. В Таблице 7.2 приведен процент людей, ответивших, что они будут чувствовать себя спокойно при пользовании технологиями НТИ и ЦЭ, в разрезе социально-демографических групп. Для всех рассматриваемых технологий наблюдаются схожие тенденции. Среди тех, кто будет спокойно себя чувствовать при пользовании новыми технологиями, больше мужчин, людей с высшим образованием и сравнительно высоким уровнем дохода, жителей городов-миллионников. Больше настороженно настроенных по отношению к новым технологиям людей встречается среди женщин, низкодоходных групп населения, сельского населения, а в случае технологий в сфере транспорта и логистики — также среди людей старше 60 лет.

Наиболее перспективной для распространения является технология по получению купленных товаров с помощью беспилотного летательного аппарата или робота. К медицинским технологиям отношение в среднем более настороженное, но однородное в разных социально-демографических группах, что делает их перспективными для массового распространения и менее требовательными при выборе вариантов таргетирования при продвижении.

Наибольшие опасения (практически во всех социально-демографических группах) вызывают покупка искусственного мяса и пользование беспилотным автомобилем. Беспилотный автобус также вызывает опасения у большинства респондентов, однако у этой технологии есть и группы поддержки — жители миллионников, люди до 30 лет, а также люди с высшим образованием.

Кластерный анализ по вопросам, характеризующим, насколько респондентам было бы спокойно при использовании каждой из этих технологий, показывает, что общество неоднородно в своем отношении к технологиям НТИ и ЦЭ[2]. Только 24% респондентов — «Новаторы» — чувствовали бы себя спокойно при пользовании почти всеми технологиями НТИ. «Консерваторы» и «Сомневающиеся» составили 40% и 30% соответственно (Рисунок 7.2).

Заметим: в каждом из кластеров встречаются представители всех социально-демографических групп. Например, среди «Новаторов» почти 20% составляют жители сел. Это означает, что точки опоры обусловлены не только социально-демографическими показателями, а опорные пункты для распространения новых технологий не обязательно находятся только в крупных городах (Таблица 7.3).

При этом регрессионный анализ показывает, что мужчины в возрасте 18–45 лет, обладающие высшим образованием, — категория людей, чувствующих себя наиболее комфортно при пользовании рассматриваемыми технологиями НТИ. Соответственно, они могут стать той группой, на которую прежде всего должны быть таргетированы эти технологии.

> *Как социально-демографические характеристики влияют на ощущение спокойствия при пользовании технологиями НТИ и ЦЭ?[3]*
> - *Мужчины более спокойно чувствуют себя при пользовании технологиями НТИ и ЦЭ, чем женщины.*
> - *Люди с высшим образованием более спокойно чувствуют себя при пользовании технологиями НТИ и ЦЭ. Исключение — пользование технологиями телемедицины и покупки искусственно выращенного мяса (по отношению к данным технологиям уровень образования не имеет значения).*
> - *С возрастом люди менее спокойно чувствуют себя при пользовании технологиями НТИ и ЦЭ. Исключение — медицинские технологии[4].*
> - *Уровень дохода респондента и размер населенного пункта, в котором он проживает, влияют только на его отношение к доставке товаров с использованием дронов и роботов (с ростом дохода и увеличением размера населенного пункта повышается доля респондентов, комфортно себя чувствующих при пользовании этой технологией).*

2 Кластеры получены методом k-средних. Еще 6% респондентов затруднились с ответом на один или несколько вопросов о технологиях, из-за чего не были отнесены ни к одному из кластеров.

3 Использовался регрессионный анализ (логит-модель), где объясняющими переменными были пол, возраст, доход, образование, уровень доходов и размер населенного пункта проживания. Это позволяет смотреть «чистый» эффект от каждой социально-демографической характеристики, разделяя эффекты пола, возраста, размера населенного пункта проживания, дохода и образования друг от друга.

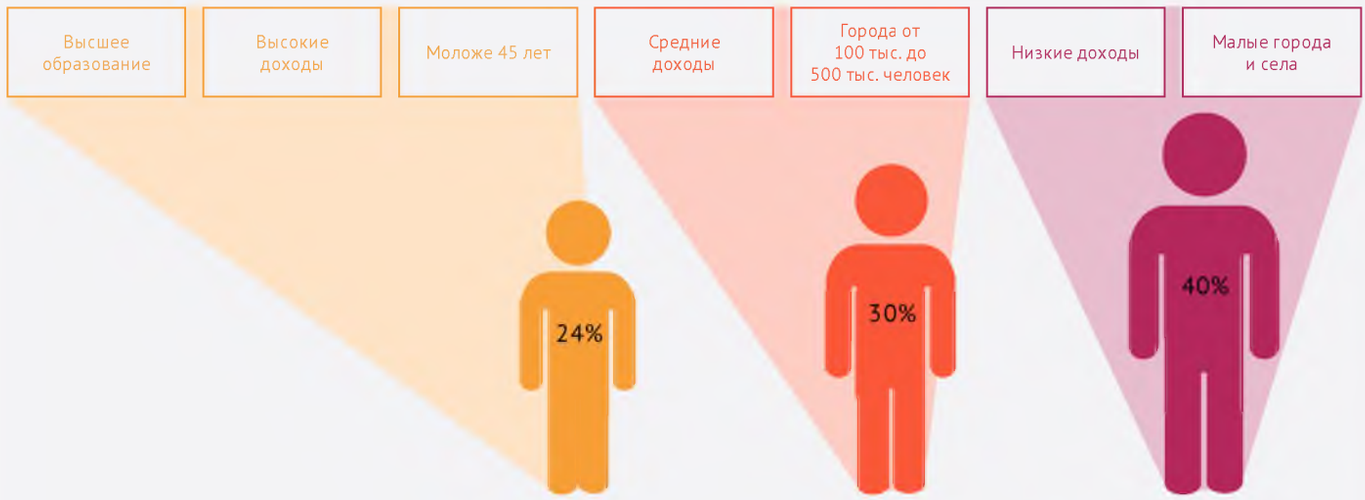
4 Проведение операции роботизированным механизмом, дистанционное получением медицинских услуг, нейропротезирование, получение консультации искусственным интеллектом.

Таблица 7.2
Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?
(Процент ответивших «Спокойно» и «Абсолютно спокойно» — социально-демографический разрез)

		Вашу медицинскую операцию проводит роботизированный медицинский механизм	Вы получаете медицинскую консультацию удаленно, без личного общения с врачом, через специальную программу на компьютере или телефоне	Вы получаете купленные товары беспилотным летательным аппаратом (дроном) или роботом	Вы являетесь пассажиром беспилотного автобуса
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн	46%	39%	61%	46%
	500 тыс.–1 млн	40%	36%	58%	39%
	250 тыс.–500 тыс.	42%	40%	55%	38%
	100 тыс.–250 тыс.	42%	40%	56%	39%
	50 тыс.–100тыс.	36%	36%	38%	28%
	Менее 50 тыс.	38%	37%	40%	28%
	Сельское население	36%	36%	38%	25%
Пол	Мужчина	45%	40%	61%	45%
	Женщина	36%	35%	39%	26%
Возраст	18–30	44%	38%	67%	51%
	31–45	42%	37%	59%	40%
	46–60	37%	37%	43%	27%
	Старше 60	39%	39%	30%	23%
Образование	Неполное среднее	38%	37%	42%	32%
	Среднее	39%	36%	42%	31%
	Среднее специальное	38%	37%	45%	30%
	Высшее / неоконченное высшее	48%	41%	66%	49%
	Ученая степень	47%	41%	71%	53%
Доход	Денег не хватает даже на питание	37%	37%	33%	28%
	На питание денег хватает	36%	36%	37%	27%
	На одежду, обувь денег хватает	40%	35%	47%	30%
	На бытовую технику денег хватает	41%	39%	53%	38%
	На автомобиль денег хватает	42%	40%	59%	42%
	На квартиру или дом денег хватает	44%	40%	54%	41%

		Диагноз на основе сданных вами медицинских анализов устанавливает искусственный интеллект, а не врач	Вам вживляют компьютерный чип, соединенный с головным мозгом, для восстановления остроты слуха	В магазине вы покупаете мясо, искусственно выращенное на специальном пищевом производстве	Вы являетесь пассажиром беспилотного автомобиля
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн	45%	46%	21%	42%
	500 тыс.–1 млн	43%	42%	13%	36%
	250 тыс.–500 тыс.	44%	41%	15%	36%
	100 тыс.–250 тыс.	42%	43%	17%	34%
	50 тыс.–100тыс.	38%	36%	13%	22%
	Менее 50 тыс.	37%	35%	13%	26%
	Сельское население	36%	36%	12%	20%
Пол	Мужчина	45%	44%	20%	42%
	Женщина	37%	37%	12%	22%
Возраст	18–30	47%	48%	25%	47%
	31–45	39%	40%	16%	37%
	46–60	39%	37%	9%	24%
	Старше 60	38%	36%	13%	19%
Образование	Неполное среднее	39%	34%	19%	26%
	Среднее	37%	38%	17%	28%
	Среднее специальное	38%	38%	12%	26%
	Высшее / неоконченное высшее	49%	46%	20%	46%
	Ученая степень	44%	56%	32%	47%
Доход	Денег не хватает даже на питание	34%	32%	16%	22%
	На питание денег хватает	35%	37%	13%	20%
	На одежду, обувь денег хватает	40%	37%	13%	28%
	На бытовую технику денег хватает	42%	43%	17%	35%
	На автомобиль денег хватает	45%	45%	17%	38%
	На квартиру или дом денег хватает	43%	43%	16%	39%

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Чем насыщеннее зеленый цвет, тем больший процент представителей соответствующей социально-демографической группы ответили, что относятся к конкретной технологии позитивно. Чем насыщеннее красный цвет, тем меньше представителей соответствующей социально-демографической группы ответили, что относятся к конкретной технологии позитивно.



	«Новаторы»	«Сомневающиеся»	«Консерваторы»
Роботизированные хирургические операции	76%	50%	10%
Телемедицина	65%	57%	14%
Курьерская доставка с помощью беспилотных летательных аппаратов (дронов) или роботов	92%	70%	20%
Беспилотный общественный транспорт	94%	24%	5%
Диагностика на основе медицинских анализов с помощью искусственного интеллекта	73%	56%	10%
Нейропротезирование	75%	38%	15%
Производство искусственного мяса	38%	13%	6%
Беспилотные автомобили	93%	28%	7%

Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Отношение к технологиям НТИ измеряется по вопросам «Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?», на рисунке отображается процент ответивших «Спокойно» и «Абсолютно спокойно» в каждом кластере.

Рисунок 7.2
Соотношение, профили и отношение к технологиям НТИ «Новаторов», «Консерваторов» и «Сомневающихся»

ОТНОШЕНИЕ К ТЕХНОЛОГИЯМ НТИ И ЦЭ В РАЗНЫХ РЕГИОНАХ

Результаты опроса в 10 регионах подтверждают общероссийскую тенденцию. Наиболее спокойно население чувствовало бы себя при получении товаров дронами или роботами, наименее — при покупке мяса, выращенного искусственным образом. Возможное объяснение: чем выше воздействие технологии на человека (или ее «инвазивность»), тем настороженнее отношение к ней.

Из десяти рассмотренных регионов наиболее негативное отношение к рассматриваемым технологиям НТИ и ЦЭ зафиксировано в Северной Осетии (Рисунок 7.3). Причем региональные отличия обусловлены не низким уровнем доходов респондентов или отсутствием крупных городов в регионе[5], а социокультурной спецификой[6]. Более подозрительное отношение к роботам и искусственному интеллекту характерно для региона в целом. Это означает, что в настоящее время Северная Осетия — регион, в котором распространение технологий НТИ одновременно затруднено неблагоприятными экономическими условиями и в целом неготовностью пользоваться новыми технологиями.

Эконометрический анализ показывает также значимо более положительное отношение к технологии дистанционной медицины в Якутии, по сравнению с другими регионами. При этом соседний Красноярский край, несмотря на схожие географические условия, не выделяется среди остальных регионов и уступает показателям Якутии (в Красноярском крае 36% воспринимает технологию телемедицины положительно против 44% в Якутии).

Экспертные интервью с представителями Якутии показывают, что это может быть как следствием значительной доли населения, живущего вдали от центров

5 Результат получен с использованием регрессионного анализа при контроле на социально-демографические характеристики респондентов.

6 Предварительные расчеты показывают, что один из ключевых факторов более подозрительного отношения к технологиям НТИ и ЦЭ в регионе — более высокая религиозность населения. Отрицательное влияние религиозности (вне зависимости от конфессии, исповедуемой человеком) на отношение к инновациям также доказано в других исследованиях [Bénabou et al., 2015].

Таблица 7.3
Социально-демографический разрез кластеров «Новаторов», «Консерваторов» и «Сомневающихся»

		«Новаторы»	«Консерваторы»	«Сомневающиеся»
Пол	Мужчина	62%	41%	45%
	Женщина	38%	59%	55%
Возраст	18–30	30%	16%	21%
	31–45	32%	31%	28%
	46–60	19%	28%	27%
	Старше 60	19%	25%	24%
Образование	Неполное среднее	4%	5%	4%
	Среднее	19%	23%	20%
	Среднее специальное	40%	50%	45%
	Высшее / неоконченное высшее	37%	22%	31%
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн	31%	20%	19%
	500 тыс.–1 млн	12%	10%	12%
	250 тыс.–500 тыс.	7%	9%	11%
	100 тыс.–250 тыс	11%	9%	11%
	50 тыс.–100тыс.	8%	8%	10%
	Менее 50 тыс.	12%	14%	12%
	Сельское население	19%	30%	25%

Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

В ячейках указан процент по столбцу внутри каждой категории (пол, возраст и т.д.). Например, среди «Новаторов» — 62% мужчин и 38% женщин, среди «Консерваторов» — 41% и 59% соответственно и т.д. Более насыщенный зеленый цвет заливки означает относительно более высокую представленность категории в группе относительно других групп (например, среди «Новаторов» людей с высшим и средним специальным образованием больше, чем людей с неполным средним и средним образованием).

(и не имеющего возможности личных визитов к врачу), так и активностью региональных властей. В результате — население в большей степени привыкло к подобным технологиям, что является ресурсом для дальнейшего развития технологии в регионе.

«HealthNet — мы одни из первых телемедицину внедрили у себя в регионе. Раньше было как? Если, например, тяжелые роды, человек едет куда-то в районный центр, из районного центра, бывает, что звонят на самолет и говорят: «Будешь пролетать, там-то свяжись с башней и передай, что здесь тяжелые роды».<...> Спутниковая система связи появилась — и уже появился шанс как-то оперативно спасать жизнь.<...> И люди видят сокращение детской смертности».

(Из экспертного интервью)

ГОРОДА — ОПОРА ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ НТИ И ЦЭ

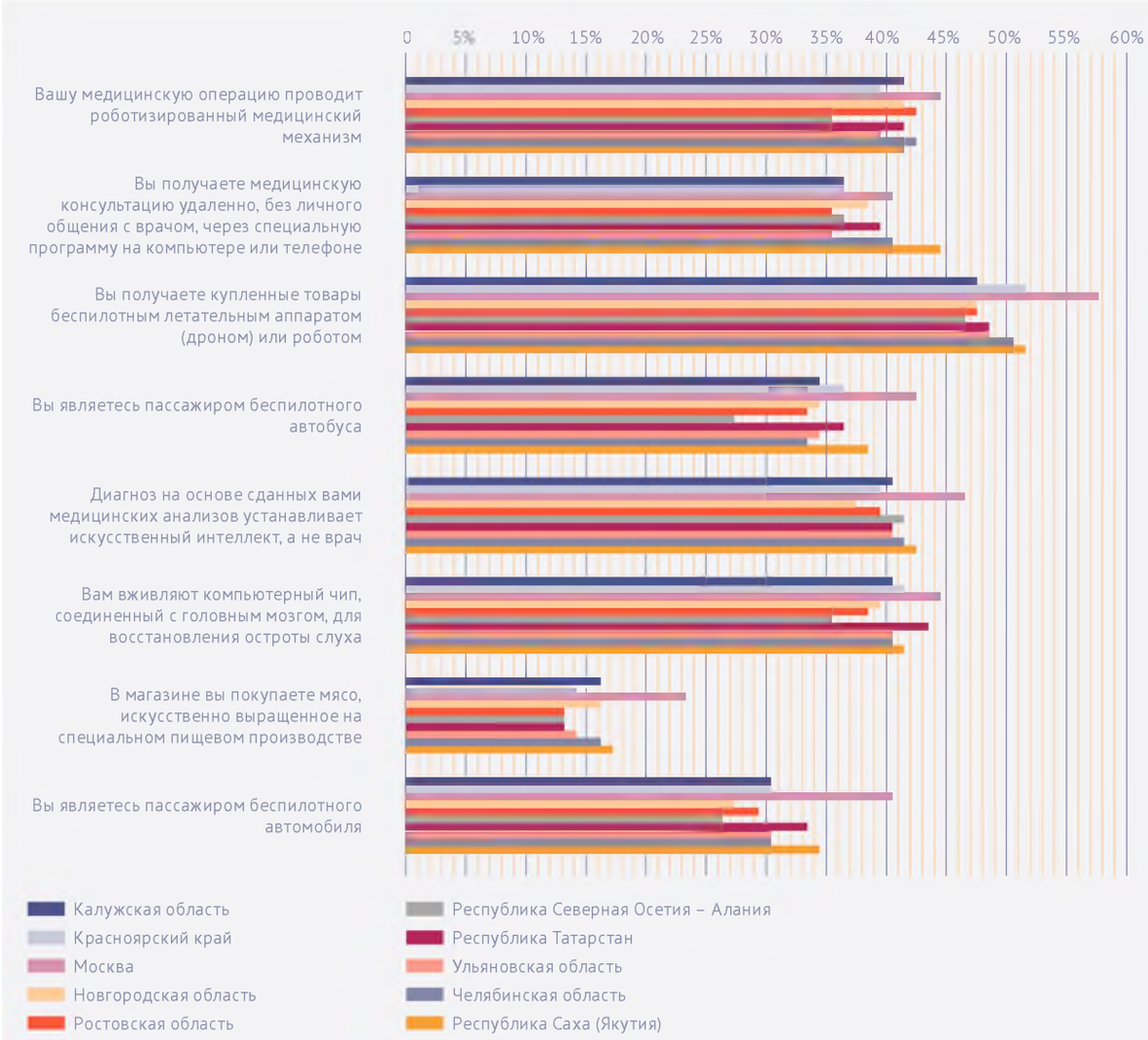
Столицы регионов[7] в большинстве случаев оказываются перспективным центрами формирования спроса на технологии НТИ и ЦЭ.

- При этом Москва — город, ярко выделяющийся на фоне других регионов исследования, — не отличается по характеру отношения к технологиям от других крупных городов и региональных центров. По социокультурным характеристикам Москва не превосходит другие крупные города в готовности пользоваться технологиями НТИ, исключения — доставка товаров дронами и покупка искусственно выращенного мяса. В Москве чаще, чем в других региональных центрах, положительно относятся к этим технологиям[8].
- Ростов-на-Дону демонстрирует одни из самых высоких показателей технологического оптимизма при пользовании технологиями НТИ среди городов исследования. Сразу по пяти технологиям Ростов-на-Дону — лидер среди других региональных центров (57% опрошенных чувствовало бы себя спокойно на месте пациента при проведении хирургической операции роботом, 46% — в беспилотных автомобилях, 52% — в беспилотном автобусе, 51% — при получении диагноза от искусственного интеллекта, 25% — при покупке искусственно выращенного мяса). Вместе с высоким уровнем предпринимательских намерений, свойственных Ростову-на-Дону, это позволяет предположить перспективность распространения здесь технологий НТИ и ЦЭ: их потенциальными потребителями могут быть как массовые покупатели, так и новый бизнес.
- Великий Новгород — наименьший по численности региональный центр (222 тыс. человек[9]), население которого приняло участие в ис-

7 Выборка исследования репрезентирует население всего региона, поэтому распределения об отношении к технологиям по городам могут быть смещены (за исключением Москвы: выборка для города является репрезентативной). Тем не менее, в каждом региональном центре был случайным образом опрошен в среднем 231 респондент: от 156 в Ростове-на-Дону до 348 в Ульяновске, что позволяет делать предположения об отношении к технологиям в них.

8 По результатам регрессионного анализа.

9 Росстат, сборник «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов», 2016.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 7.3
Отношение жителей регионов к технологиям («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?»)

следовании. Однако отношение его жителей к технологиям НТИ и ЦЭ оказалось на уровне Москвы. Проведенные фокус-группы частично дали объяснение феномену: люди реагируют на утечку кадров: «Лучше робот или искусственный интеллект, чем неквалифицированный специалист». Это позволяет предположить, что внедрение современных технологий в небольших региональных центрах, испытывающих сравнительный дефицит в качественных специалистах, будет позитивно встречено населением. Одновременно с этим наличие базовой инфраструктуры и платежеспособного спроса (по сравнению с городами, не являющимися региональными центрами) облегчит процесс внедрения инноваций.

Исключение из общей тенденции — Владикавказ. Это город с наиболее скептичным отношением населения к технологиям НТИ. Причем вновь — как и при сравнении Северной Осетии с другими регионами — отставание нельзя объяснить только уровнем дохода или качеством образования населения. Так, при использовании эконометрического анализа с добавлением социально-демографических характеристик респондента сохранялся статистически значимый «разрыв» между отношением к новым технологиям во Владикавказе и в большинстве других городов. Можно предположить, что настороженное отношение к технологиям — следствие традиционного уклада, более высокого уровня религиозности и коллективизма, обусловливающих подозрительное отношение к новым технологиям.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Результаты исследования показывают, что готовность человека быть покупателем-первопроходцем в сфере высоких технологий в значительной степени зависит от социокультурных показателей. Среди ключевых характеристик:

a. уровень институционального доверия;
b. уровень обобщенного доверия;
c. отношение к неопределенным ситуациям;
d. уровень индивидуализма;
e. уровень религиозности;
f. горизонт планирования.

Это значит, что при оценке перспективных рынков важно учитывать не только покупательную способность и социально-демографическую структуру населения, но и специфику среды — социокультурные

особенности населения. Сбор данных по перечисленным выше показателям (прежде всего на уровне городов) позволит определить наиболее перспективные точки роста спроса на высокотехнологичную продукцию.

Различия в отношении к технологиям в региональном разрезе дают возможность определить оптимальные рынки для пилотирования и сбыта технологий, например, относительно высокая степень приятия телемедицины и обширные расстояния Якутии дают республике преимущества для пилотирования и внедрения технологий телемедицины.

Несущественные различия в отношении к технологиям между региональными центрами во многих регионах и Москвой, а также относительно низкое качество предоставляемых услуг приводят к тому, что продвижение продукции НТИ и ЦЭ в региональных центрах может оказаться не менее эффективным (а, возможно, и более), чем в Москве:

a. Продвижение технологической продукции в центрах с численностью населения свыше 1 млн человек — в частности, в Ростове-на-Дону.
b. Продвижение технологической продукции в небольших региональных центрах, но с позитивным отношением населения к новым технологиям (в частности, Великий Новгород, Якутск).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели, а также метод градиентного бустинга.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет. Фокус-группы были проведены компанией «Ipsos-Comcon».

БИБЛИОГРАФИЯ

Региональный стандарт НТИ. (2019). (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

Сборник «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов» (2016). ФСГС РФ.

Bénabou R., Ticchi D., Vindigni A. (2015). Religion and innovation // American Economic Review. Vol. 105. № 5. P. 346–351.

Chesbrough H., Crowther A. K. (2006). Beyond high tech: early adopters of open innovation in other industries // R&d Management. Vol. 36. № 3. P. 229–236.

Van den Bulte C., Stremersch S. (2004). Social contagion and income heterogeneity in new product diffusion: A meta-analytic test // Marketing Science. Vol. 23. № 4. P. 530–544.

8. КЕЙС: МЕДИЦИНСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Успешное распространение медицинских технологий и развитие рынка «Хэлснет»[1] в России зависит не только от эффективности разработок, регуляторных ограничений, издержек по переобучению медицинского персонала, но и готовности населения пользоваться новыми технологиями. С учетом длительности внедрения медицинских технологий особенно важно оценить готовность населения к ним и (в случае необходимости) скорректировать стратегию их распространения. В данном кейсе рассматривается специфика отношения населения к медицинским технологиям НТИ и ЦЭ, выявленная в ходе социологического опроса и фокус-групп, проведенных в 2018–2019 гг. (подробнее — см. врезку в конце главы).

> *Национальная технологическая инициатива (НТИ) — долгосрочная программа частно-государственного партнерства по содействию развитию перспективных рынков на базе высокотехнологичных решений, которые будут определять развитие мировой и российской экономики через 15–20 лет. Реализация началась в 2016 г. (http://www.nti2035.ru/).*
>
> *Цифровая экономика (ЦЭ) — национальная программа, нацеленная на осуществление комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы России к 2024 г. Реализация началась в 2018 г. (https://data-economy.ru/).*

По данным фонда «Общественное мнение», 63% россиян предпочитают походу к врачу самостоятельное лечение[2]. Результаты фокус-групп, проведенных в феврале 2019 г., подтверждают негативное отношение населения к российской системе здравоохранения. Ключевые причины недовольства: неприятная атмосфера государственных медучреждений, снижение доступности медицинских услуг и специалистов, дефицит квалифицированных врачей, «конвейерный» подход к пациентам и недостаточное время на осмотр, недоверие рецептам. Несмотря на более позитивное отношение населения к частной медицине и услугам в рамках ДМС, здесь также есть проблемы. Основные — «навязывание» дополнительных услуг и недоступность частной медицины для значительной части населения.

Среди технологий НТИ и ЦЭ, рассмотренных в исследовании, отношение к медицинским технологиям у россиян умеренно позитивное (Рисунок 8.1). Среди медицинских технологий наиболее спокойно люди чувствовали бы себя при пользовании «дистанцированными технологиями» — услугами телемедицины или диагностики при помощи искусственного интеллекта. Наименее спокойно — при инвазивных воздействиях, в особенности при вживлении компьютерного чипа для восстановления функций человека.

> *Более настороженное отношение людей к инвазивным роботизированным медицинским устройствам наблюдается и по данным международных исследований: 47% респондентов из 12 развитых и развивающихся стран были бы готовы быть прооперированными роботами в случае, когда вмешательство технологии минимально (например, лазерная операция на глазах), и 37% — когда вмешательство технологии более серьезно (например, операция на сердце)[3].*

Отношение россиян к операциям, проводимым роботизированным механизмом, находится на среднеевропейском уровне и даже превосходит показатели Эстонии, Германии, Великобритании и др. (Рисунок 8.2). Возможное объяснение — существующий спрос в России на повышение качества медицинских услуг, в т.ч. за счет внедрения новых технологий.

> *Результаты исследования PwC показывают, что в развивающихся странах люди относятся к технологиям в сфере медицины лучше, чем в развитых. Это можно объяснить спросом на доступную и качественную медицинскую помощь, которой зачастую лишены жители небогатых стран, и связанным с этим недоверием системе здравоохранения[4].*

Среди рассматриваемых регионов исследования наиболее настороженное отношение к медицинским технологиям — в Северной Осетии (см. Рисунок 8.3). Наиболее спокойное — в Москве. Примечательно, что хотя Москва статистически значимо отличается по этим показателям от других регионов исследования, различий с другими крупными городами практически нет. Это означает, что крупные города — ключевые опорные точки для продвижения новых медицинских технологий.

---

1 Рынок «Хэлснет». http://www.nti2035.ru/markets/healthnet.
2 Образ жизни и здоровье. ФОМ (2017). https://fom.ru/Zdorove-i-sport/13883.
3 What doctor? Why AI and robotics will define New Health. PwC. (2017). (www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).
4 Там же.

В случае с технологиями телемедицины на фоне других регионов выделяется Якутия. Возможные причины — значительная доля населения, живущего вдали от центров (и не имеющего возможности личных визитов к врачу), а также активность региональных властей в этой сфере (подробнее см. в главе 7 «Кто готов быть покупателем новых технологий?»).

Среди жителей городов-миллионников, людей с высшим образованием и мужчин чаще встречаются те, кто спокойно чувствуют себя при пользовании медицинскими технологиями (Таблица 8.1). При этом регрессионный анализ (Рисунок 8.4) показывает, что наличие высшего образования, а также размер населенного пункта, в котором проживает респондент, не влияют на отношение к телемедицине. Это при прочих равных условиях означает меньшую потребность в таргетированных (под разные социально-демографические группы) кампаниях по продвижению этой технологии среди населения.

Рисунок 8.1
Восприятие новых технологий в России («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

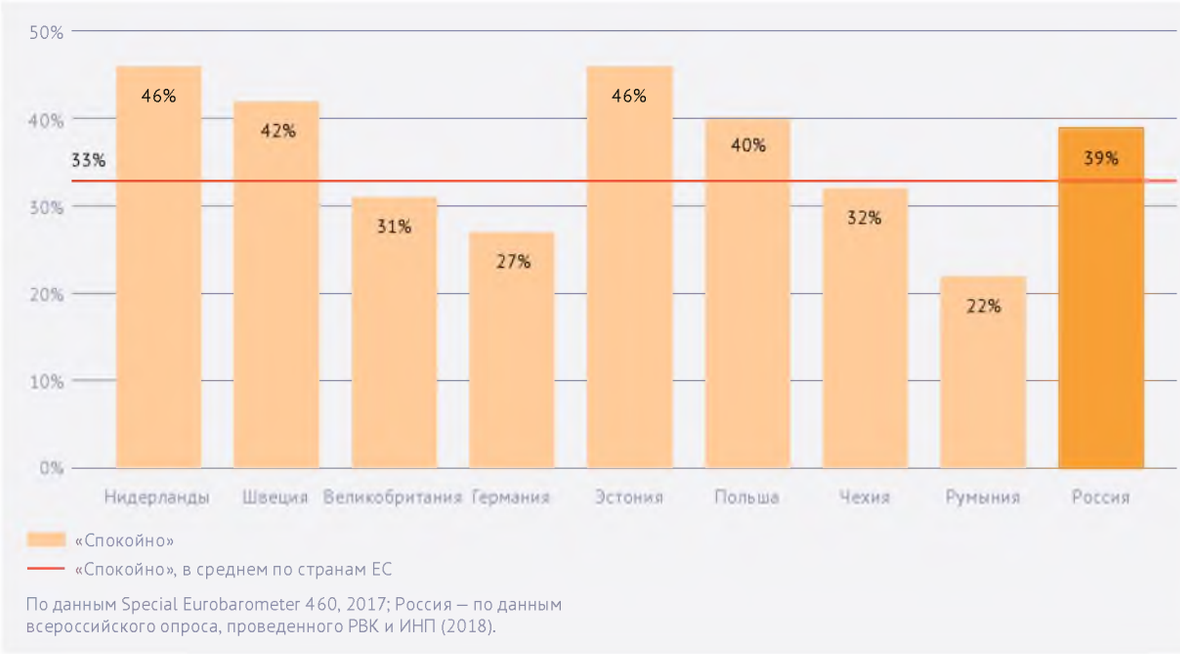


Рисунок 8.2
Восприятие новых технологий в России и странах Евросоюза («Насколько спокойно вам будет в следующей ситуации: вашу медицинскую операцию проводит роботизированный медицинский механизм»)[5]

5 Точное сопоставление данных затруднено различием шкал и методов опроса в России и ЕС: Евробарометр, в отличие от данного исследования, проводится методом face-to-face, вопросы об отношении к технологиям имеют 10-балльную шкалу. На рисунке приведена доля людей, ответивших от 6 до 10 в исследовании Евробарометра и от 3 до 4 — в текущем исследовании по России.

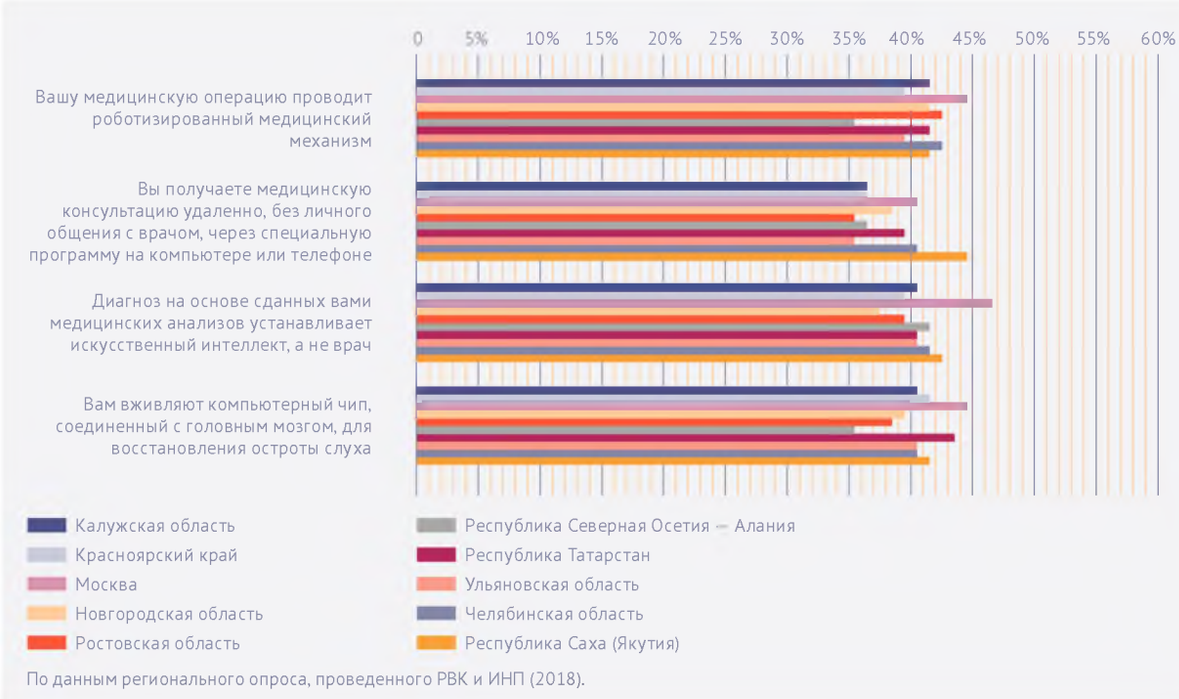


Рисунок 8.3
Восприятие новых технологий в регионах России («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

Регрессионный анализ показывает, что, как и в случае с другими технологиями, мужчины лучше относятся к медицинским технологиям, чем женщины. Это означает необходимость в дополнительном таргетированном информировании женщин о принципах работы медицинских технологий.

При одновременном контроле влияния всех характеристик оказалось, что эффект города статистически не значим для большинства медицинских технологий — даже в небольших городах медицинские технологии будут сравнительно позитивно приняты населением[6]. Несмотря на более настороженное отношение людей старше 60 к новым технологиям в целом, эффект не проявился для медицинских технологий. Более того, чем старше человек, тем чаще он говорил, что чувствовал бы себя спокойно при использовании технологий телемедицины. Возможное объяснение феномена — с возрастом люди предъявляют больший спрос на медицинские услуги, чаще взаимодействуют с медицинскими учреждениями и острее ощущают проблемы в системе здравоохранения. Новые технологии для них — возможность получения своевременной и качественной медицинской помощи. Это означает, что группа 60+ может быть группой поддержки новых медицинских технологий (в особенности телемедицины и операций при помощи роботизированных механизмов).

ОТНОШЕНИЕ К МЕДИЦИНСКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ СО СТОРОНЫ НАСЕЛЕНИЯ: КЛЮЧЕВЫЕ ДРАЙВЕРЫ

Фокус-группы с участием населения в возрасте 31–45 и 60+ лет в Москве и Великом Новгороде, проведенные в феврале 2019 г., позволили уточнить факторы, влияющие на спрос на медицинские услуги в разных возрастных группах. Результаты показали существование двух ключевых драйверов спроса на новые медицинские технологии: запрос на повышение качества медицинских услуг и низкое доверие специалистам, работающим в системе здравоохранения (драйверы каждой из технологий перечислены в Таблице 8.2).

Люди как среднего, так и старшего возраста осознают удобство новых технологий в области диагностики и лечения заболеваний. Для каждой из медицинских технологий НТИ и ЦЭ респонденты приводили ситуации, в которых они были бы готовы ими воспользоваться. Среди основных преимуществ новых технологий в медицине чаще всего упоминались:

- экономия времени при получении консультации врача;
- самостоятельное накопление информации о своем здоровье и мониторинг здоровья близких;
- повышение точности диагноза и качества выписываемых рецептов;
- повышение качества оказания услуг и скорости выздоровления пациента;
- повышение качества жизни при врожденных патологиях и т.д.

«Есть вещи, которые можно спокойно дистанционно обсуждать, не тратя время на дорогу То же самое давление пациент может померить дома и доктору показать. Он видит, он может сказать и подкорректировать пищевое поведение или медицинскими препаратами. Конечно, есть заболевания, которые можно только пощупать и сказать — там уже выхода нет, нужно тащиться в поликлинику».

(Жительница Москвы, возраст 60+, работающий пенсионер)

6 Исключение составляет технология установления диагноза искусственным интеллектом: жители городов свыше 250 тыс. человек чаще (на 5%-ном уровне значимости) будут чувствовать себя спокойно при получении диагноза от искусственного интеллекта, чем жители населенных пунктов численностью менее 50 тыс. человек.

		Вашу медицинскую операцию проводит роботизированный медицинский механизм	Вы получаете медицинскую консультацию удаленно, без личного общения с врачом, через специальную программу на компьютере или телефоне	Диагноз на основе сданных вами медицинских анализов устанавливает искусственный интеллект, а не врач	Вам вживляют компьютерный чип, соединенный с головным мозгом, для восстановления остроты слуха
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн	46%	39%	45%	46%
	500 тыс.–1 млн	40%	36%	43%	42%
	250 тыс.–500 тыс.	42%	40%	44%	41%
	100 тыс.–250 тыс.	42%	40%	42%	43%
	50 тыс.–100тыс.	36%	36%	38%	36%
	Менее 50 тыс.	38%	37%	37%	35%
	Сельское население	36%	36%	36%	36%
Пол	Мужчина	45%	40%	45%	44%
	Женщина	36%	35%	37%	37%
Возраст	18–30	44%	38%	47%	48%
	31–45	42%	37%	39%	40%
	46–60	37%	37%	39%	37%
	Старше 60	39%	39%	38%	36%
Образование	Неполное среднее	38%	37%	39%	34%
	Среднее	39%	36%	37%	38%
	Среднее специальное	38%	37%	38%	38%
	Высшее / неоконченное высшее	48%	41%	49%	46%
	Ученая степень	47%	41%	44%	56%
Доход	Денег не хватает даже на питание	37%	37%	34%	32%
	На питание денег хватает	36%	36%	35%	37%
	На одежду, обувь денег хватает	40%	35%	40%	37%
	На бытовую технику денег хватает	41%	39%	42%	43%
	На автомобиль денег хватает	42%	40%	45%	45%
	На квартиру или дом денег хватает	44%	40%	43%	43%

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).
В ячейках показана доля респондентов, спокойно относящихся к соответствующей технологии. Например, 46% жителей городов-миллионников спокойно чувствовали бы себя при проведении операции с использованием робота.

Чем насыщеннее зеленый цвет, тем больший процент представителей соответствующей социально-демографической группы ответили, что относятся к конкретной технологии позитивно. Чем насыщеннее красный цвет, тем меньше представителей соответствующей социально-демографической группы ответили, что относятся к конкретной технологии позитивно.

Таблица 8.1
Восприятие новых технологий — социально-демографический разрез («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

Возможность контролировать состояние здоровья и получать персонализированные рекомендации с помощью современных технологий привлекают пользователей по всему миру. Согласно исследованию PwC, именно такие технологии оказались наиболее востребованными у жителей 12 развитых и развивающихся стран[7], а сильнее всего людей беспокоит состояние сердечно-сосудистой системы. Согласно исследованию PwC, чаще всего люди в разных странах готовы были бы пользоваться сервисами, предоставляющими услуги:

- *мониторинга состояния сердца, обнаружение симптомов и предоставления рекомендаций по лечению (37%);*
- *тестирования сердечного ритма и предоставления рекомендаций на основе результатов теста (35%);*
- *персонализированных рекомендаций в области фитнеса и здоровья на основе записей о личных предпочтениях и состоянии здоровья (34%);*
- *взятия проб крови и предоставления результатов их анализа (30%).*

Мнения экспертов и населения о возможностях новых медицинских технологий в основном сходились. Профессионалы особенно подчеркивали точность технологий по сравнению с человеком — как при диагностировании, так и при проведении лечения. Это определяет перспективы роста рынка высокотехнологичной медицины в будущем.

По прогнозам, к 2020 г. объем рынка медицинских роботов достигнет 11,4 млрд долларов[8], а рынок медицинских решений на основе искусственного интеллекта — 6,7 млрд долларов к 2021 г.[9]

7 В опросе участвовали жители Бельгии, Германии, Саудовской Аравии, Нидерландов, Нигерии, Норвегии, Катара, ЮАР, Швеции, Турции, ОАЭ, Великобритании. What doctor? Why AI and robotics will define New Health. PwC. (2017). (www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).

8 Markets and Markets (2017). http://www.marketsandmarkets.com/. PressReleases/medical-robotic-systems.asp.

9 Frost & Sullivan (2016). Transforming healthcare through artificial intelligence systems. AI Health and Life Sciences.

Второй драйвер для распространения новых технологий — низкое доверие существующим медицинским услугам и квалификации врачей, которые могут совершать ошибки либо в силу низкой квалификации, либо в силу усталости или халатности. В этих условиях новые медицинские технологии рассматриваются как способ избежать негативного влияния «человеческого фактора» (подробнее эффекты доверия рассматриваются в главе 6 «Сначала доверие институтам, затем — доверие технологиям»).

«У меня есть знакомый врач-хирург. Он говорит: „Я делаю 20 операций в день, а последние вообще на автопилоте и даже не чувствую, что я делаю"».

(Житель Москвы, возраст 31–45, с полисом ДМС)

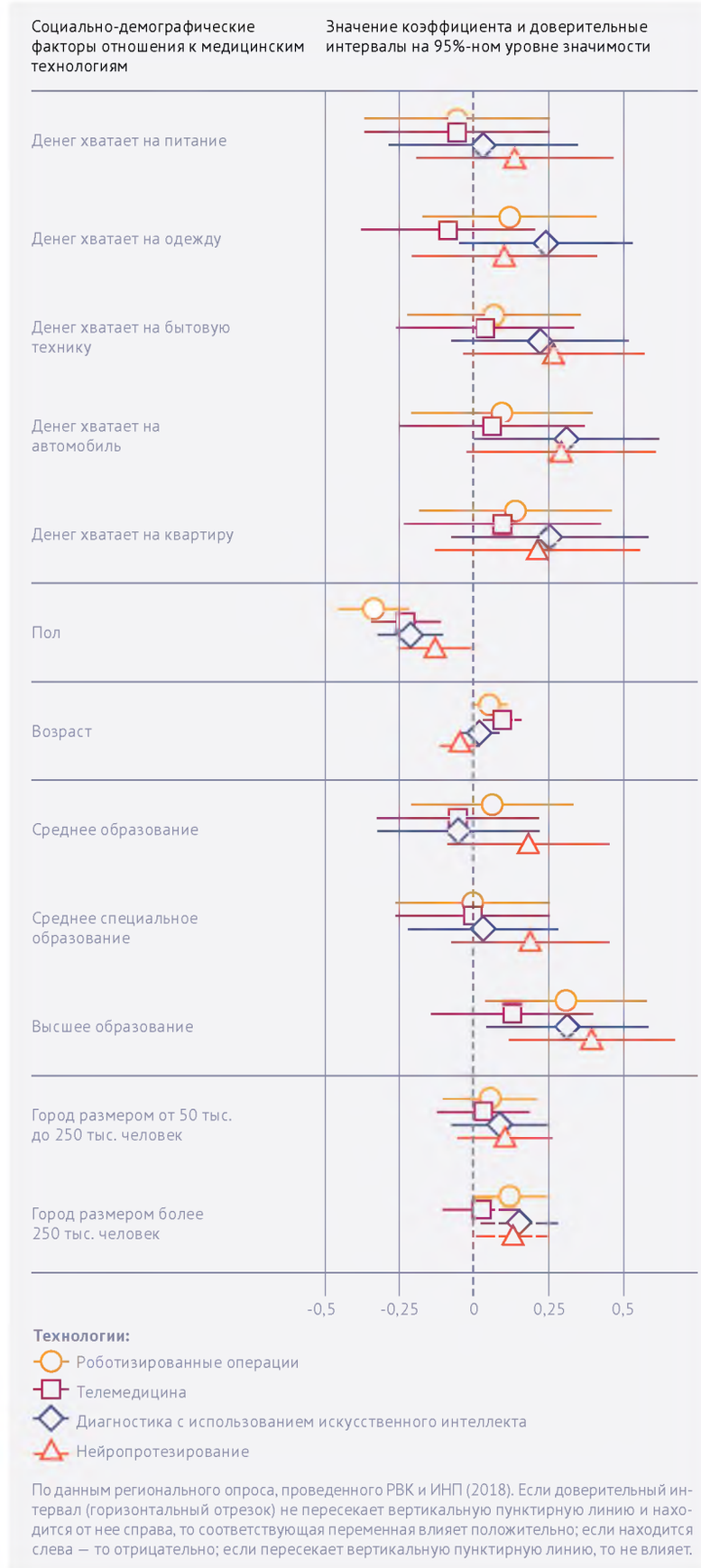
Помимо прочего, эксперты говорили о потенциальном повышении эффективности системы здравоохранения в долгосрочной перспективе благодаря новым технологиям. Например, автоматизированный дистанционный мониторинг состояния хронических больных снижает количество очных посещений врача. Это позволяет снизить нагрузку на врачей и экономить на оплате очных визитов.

> *По данным ВОЗ, Россия занимала 130-е место из 200 стран по эффективности системы здравоохранения в 2000 г.[10], по данным Bloomberg — 53-е место из 56 рассмотренных стран в 2018 г.[11]*

ОТНОШЕНИЕ К МЕДИЦИНСКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ СО СТОРОНЫ НАСЕЛЕНИЯ: КЛЮЧЕВЫЕ БАРЬЕРЫ

Результаты фокус-групп показывают, что один из барьеров для внедрения новых медицинских технологий — страх перед их использованием (подробно барьеры распространения технологий перечислены в Таблице 8.2). Высокое избегание неопределенности в России ограничивает готовность к изменениям в принципе и готовность пользоваться новыми технологиями в частности. В случае «чувствительных» медицинских технологий, непосредственно влияющих на здоровье и качество жизни, эта проблема усугубляется.

Во-первых, недоверие вызывает сам факт внедрения технологии, которая замещает человека. Люди не верят, что технологии смогут заменить тактильный осмотр пациента и интуицию врача.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Если доверительный интервал (горизонтальный отрезок) не пересекает вертикальную пунктирную линию и находится от нее справа, то соответствующая переменная влияет положительно; если находится слева — то отрицательно; если пересекает вертикальную пунктирную линию, то не влияет.

Рисунок 8.4
Влияние социально-демографических характеристик на ощущение спокойствия при пользовании технологиями в сфере медицины[12]

---

10 Measuring overall health system performance for 191 countries. World Health Organization (2000). https://www.who.int/healthinfo/paper30.pdf.

11 These Are the Economies With the Most (and Least) Efficient Health Care. Bloomberg (2018). https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-19/u-s-near-bottom-of-health-index-hong-kong-and-singapore-at-top.

12 Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием, для показателей дохода — те, у кого денег не хватает даже на питание.

«Есть хирурги от Бога, и никакой робот их не заменит. Помимо того что у них колоссальный опыт, они обладают интуицией».

(Жительница Москвы, возраст 31–45)

Кроме того, «технологичность» инноваций в медицине, неспособность к эмпатии также может отталкивать («на робота не пожалуешься», — говорили участники фокус-групп).

Несмотря на одобрительное отношение к роботам и искусственному интеллекту как ассистентам докторов, лишь единицы готовы пользоваться «автономными» медицинскими технологиями. И то, преимущественно при постановке диагноза с использованием искусственного интеллекта в стандартных случаях[13]. В более сложных ситуациях люди не готовы пользоваться такими технологиями, боясь их несовершенства (в случае с нейропротезированием дополнительное опасение — боязнь неизученных последствий, в частности социально-психологических проблем вследствие конфликта между настоящими и «улучшенными» органами).

Такой взгляд на роль технологии и врача совпадает с точкой зрения профессионалов. Эксперты полагают, что, несмотря на вероятное появление полностью автономных роботов и систем с искусственным интеллектом, они будут в ближайшее время использоваться как инструмент в руках врача, а не его полноценный заменитель.

Во-вторых, вызывает сомнение надежность отдельных элементов технологии. Люди опасаются сбоев в работе техники, в том числе в результате случайностей или форс-мажорных обстоятельств. С недоверием была встречена идея автономного робота-хирурга.

«Сидишь [в стоматологическом кабинете], он тебе это делает, а там идет уборщик, задел провод, порвал, и робот начал тебе челюсть разрывать».

(Житель Москвы, возраст 31–45)

Эксперты не разделяют эти опасения, подчеркивая, что используемая медицинская техника имеет несколько степеней защиты, в частности, автономные источники питания — из-за чего вероятность сбоя техники меньше, чем вероятность ошибки хирурга. Более того, стоматология — одна из наиболее перспективных сфер для внедрения автономных роботизированных систем, а в 2017 г. уже была проведена полностью автономная операция по вживлению зуба роботом[14]. В этих условиях информирование о принципах работы технологий и защитных механизмах (в том числе через СМИ) может стать важным фактором повышения доверия к ним[15].

В-третьих, низкое доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной) трансформируется в низкое доверие технологиям и людям, которые за ними стоят. Низкий уровень институционального доверия заставляет людей сомневаться не столько в самой технологии, сколько в том, что услуги с ее использованием оказываются надлежащим образом. Сложная техника требует точной настройки, правильного обслуживания и соблюдения регламентов со стороны людей, работающих с ней. Недоверие власти и государственным институтам приводит к ощущению дискомфорта: у людей нет уверенности в безопасности технологии. Они не верят, что регулирующие органы выполняют свои функции и не действуют в интересах крупных компаний. Напротив, есть опасения в неправомерном использовании властью возможностей, которые открывают современные технологии.

«Надо будет внимательно читать законодательство и еще внимательно смотреть, кто его будет исполнять, в чьих интересах это. Чтобы не получилось так, что проворовавшаяся власть нажимает на кнопочку, и у всех такое в мозгах замыкание, и все не помнят, что вчера было».

(Житель Великого Новгорода, возраст 31–45)

Низкое доверие институтам — и как следствие технологиям — определяет спрос на дополнительные механизмы, гарантирующие качество предоставляемых медицинских услуг, соблюдение прав и интересов человека (подробнее роль институционального доверия в отношении к технологиям рассмотрена в главе 6 «Сначала доверие институтам, затем — технологиям»).

Наконец, население боится целого ряда долгосрочных социальных проблем, являющихся следствием внедрения новых технологий. Серьезное опасение связано с возможным снижением качества медицинских услуг в силу потери врачами квалификации из-за появления технологических помощников. Вживление компьютерного чипа пугает людей возможностью «дегуманизации», превращения человека в «терминатора», «универсального солдата», обладающего всеми необходимыми умениями и представляющими угрозу для окружающих (особенно если этой технологией завладеют преступники).

«Сверхчеловек какой-то, потом он посчитает, что он в мире позиционируется неправильно, может стать и преступником, что угодно может быть, даже сложно спрогнозировать».

(Житель Москвы, возраст 60+, работающий пенсионер)

Опасения, высказанные участниками фокус-групп, подтверждают: население предъявляет спрос на механизмы, гарантирующие безопасность использования новых технологий на всех стадиях — от разработки, тестирования и широкого распространения до контроля нежелательных долгосрочных последствий.

Полный перечень барьеров и драйверов развития конкретных медицинских технологий со стороны отношения к ним населения представлен в Таблице 8.2.

13 По данным опроса в Великобритании, 85% «поддерживают» / «очень поддерживают» ситуацию, в которой ИИ помогает доктору ставить диагноз, но только 15% чувствовали бы себя «комфортно» / «очень комфортно» в ситуации, когда ИИ ставит диагноз самостоятельно (без участия доктора) [«Putting patients at the heart of artificial intelligence», 2019].

14 Robot dentist completes first ever operation without any input from humans. The Independent (2017). https://www.independent.co.uk/news/world/asia/robot-dentist-operation-implants-humans-xian-china-a7963536.html.

15 Отметим, что запрос на информацию о способах работы и использования технологий проявляется в развитых странах — так, 91% опрошенных в Великобритании согласны, что общество должно быть хорошо информировано об использовании технологии ИИ в сфере медицины (Putting patients at the heart of artificial intelligence, British Heart Foundation (2019). https://www.nationalvoices.org.uk/blogs/putting-patients-heart-artificial-intelligence).

Таблица 8.2
Отношение населения к медицинским технологиям: драйверы и барьеры (по результатам фокус-групп в Москве и Великом Новгороде)

	Драйверы	Барьеры
Телемедицина	– Экономия времени. Высокий темп жизни, нехватка времени на очное посещение врачей. – Возможность экстренной консультации, например, находясь в отпуске, на даче и т.д. – Предупреждение и диагностика заболеваний на ранних стадиях, например, онкологических, инсульта, диабета и т.д. (в т.ч. предоставление генетических данных). – Возможность проконсультироваться сразу с несколькими врачами, например, если нужно узнать совместимость лекарств. – Повышение доступности специалистов. Возможность консультации со специалистами, недоступными в регионе.	– Недоверие заочному диагнозу врача: невозможно оценить состояние пациента по видеосвязи, нет тактильного контакта с пациентом. – Страх, что технология будет навязываться и полностью вытеснит очные консультации. – Недоверие носимым устройствам как инструменту мониторинга здоровья пациента. – Недостаточная точность устройств, ограниченное количество параметров для мониторинга.
Диагностика с помощью искусственного интеллекта	– Снижение влияния человеческого фактора при постановке диагноза и назначении лечения. – Экономия времени за счет быстрого принятия решений с помощью ИИ. – Повышение точности диагноза, точности дозировки лекарства за счет анализа большего объема информации.	– Боязнь сбоев, ошибок ИИ, ошибок разработчиков и тех, кто его обслуживает. – Психологический барьер — «на искусственный интеллект не пожалуешься». – Страх, что при массовом внедрении технологии врачи потеряют квалификацию.
Робот-хирург	– Снижение человеческого фактора, меньшая вероятность хирургических ошибок из-за халатности или невнимательности. – Точность операций за пределами человеческих возможностей, меньше кровопотеря. – Повышение доступности хирургических операций. Роботы смогут взять на себя часть операций и очереди на операции должны стать меньше.	– Страх перед машиной — опасение, что техника даст сбой. – Боязнь отсутствия тактильных ощущений при проведении операции роботом. – Отсутствие у робота интуиции и «чутья» как у опытного хирурга. – Страх, что врачи при массовом внедрении технологии потеряют квалификацию.
Нейропротезирование	– Возможность вернуться к полноценной жизни путем исправления дефектов органов чувств. – Защита в экстренных ситуациях — чип, как аварийный датчик, который анализирует состояние человека и передает ее в экстренные службы при возникновении угрозы для жизни.	– Неприятие вживления инородного тела в организм. – Страх тотального контроля со стороны государства, потери свободы. Страх усиливается, если чип обладает возможностью передачи данных. – Страх потери разума / самоконтроля у человека / человечества. – Страх усиления неравенства (между обладателями чипа и теми, у кого чипа нет). – Страх роста преступности со стороны обладателей чипов.
Общие для технологий	– Низкая удовлетворенность текущим качеством медицинского обслуживания, низкое доверие врачам.	– Низкое институциональное доверие (в том числе государственным институтам).

По данным исследования РВК и ИНП (2018).

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ: ОСТАВИТЬ СЕБЕ ИЛИ ПЕРЕДАТЬ ЦЕНТРУ?

Новые медицинские технологии, позволяющие собирать и анализировать ключевые показатели здоровья, генетические данные и т.д., создают одновременно новые возможности и новые вызовы. Обработка большего объема информации позволяет лучше контролировать состояние своего здоровья и наследственные предрасположенности к заболеваниям. Одновременно недобросовестное использование чужих персональных данных (в том числе генетических) может приводить к проблеме дискриминации по состоянию здоровья. На фокус-группах в Москве и Великом Новгороде звучали аргументы «за» и «против»: люди осведомлены о возможностях и рисках.

Население обеспокоено проблемой безопасности персональных данных. Это особенно важно для распространения технологий, которые собирают данные, но контроль за которыми со стороны пациента организован: постановка диагноза с помощью искусственного интеллекта, телемедицинские устройства, нейропротезирование. Их дальнейшее развитие (в особенности в условиях низкого институционального доверия) обостряет проблему хранения и передачи персональных данных.

Мнения участников фокус-групп позволяют говорить о двух предпочтительных моделях хранения информации: «централизованной» и «децентрализованной».

«Централизованная» модель предполагает хранение и анализ данных о человеке в специализированной организации. Чаще всего участники фокус-групп предлагали на эту роль государственный центр, желательно — научно-исследовательский. Основных аргумента два:

- отсутствие конфликта интересов у центра: частные организации могли бы навязывать услуги, необходимость которых респонденты не могли бы оценить в силу своей некомпетентности;
- возможность оперативной передачи данных в разные медицинские учреждения при необходимости.

«Это должен быть центр, который занимается исследованиями, куда люди НЕ приходят лечиться. Они не заинтересованы в продажах».

(Житель Москвы, возраст 31–45, с полисом ДМС)

«Децентрализованная» модель предполагает хранение данных у самого человека в персональном облаке или на жестком носителе без их автоматической передачи третьему лицу. Человек сам предоставляет данные врачу при попадании в медицинское учреждение. Решение об обращении к врачу человек принимает сам — возможно, опираясь на рекомендации искусственного интеллекта на персональном устройстве.

«А зачем централизованно? Детский вопрос. Вся моя картотека мне из поликлиники присылается на электронную почту, я ее всю кладу в облако, из этого облака я в любой точке земного шара извлекаю то, что у меня есть. Из поликлиники, в которой я обслуживаюсь, мне все это присылают, моя информация для меня в моем облаке, и мне не нужен никто больше».

(Житель Москвы, возраст 60+, работающий пенсионер)

Важность наличия выбора для пациента между этими моделями подтверждается данными количественного опроса. 28% опрошенных заявили, что ни с кем не готовы делиться своими персональными медицинскими данными (Рисунок 8.5)[16]. Передать данные лечащему врачу готовы только половина опрошенных (51%)[17].

«Вчера читаю в Telegram одного товарища, он хвастается между прочим: я работаю в банке, у меня 50 клиентов в день — видимо, выдает кредиты, естественно, сканирует все паспорта. И говорит: раз в месяц я за 35 тысяч эту флешку продаю. Государство — это люди, среди сотен тысяч чиновников обязательно найдется пара десятков жуликов, и все украдут».

(Житель Москвы, возраст 60+, работающий пенсионер)

В совокупности более половины респондентов (59%) не готовы передать данные никому или готовы передать их только лечащему врачу. Они могли бы стать пользователями децентрализованной модели. Причем институциональное доверие является одним из ключевых факторов, влияющих на принятие решения людьми в этом вопросе. Данные показывают: чем выше доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной) у человека, тем реже он отвечает, что никому не готов предоставить свои личные данные. И, напротив, чем выше доверие власти, тем чаще он готов предоставить данные лечащему врачу и государственным органам власти (Таблица 8.3).

Раскол во мнениях означает необходимость обеспечения населению выбора между децентрализованной и централизованной системой хранения персональных данных. Примечательно, что, в отличие от населения, эксперты не высказывали озабоченности этой проблемой. Текущая логика развития системы передачи медицинских данных подразумевает централизацию на базе Министерства здравоохранения без возможности выбора.

«Минздрав создал специальную систему, которая является глобальной медицинской картой, куда сливаются данные со всех учреждений: и государственных, и негосударственных [...] Люди не могут не доверять ей, у них выбора нет».

(Из экспертного интервью)

Всеобщее внедрение централизованной модели может привести к росту рынка «теневых» услуг, снижению числа обращений в медицинские учреждения со стороны тех, кто не доверяет государственной системе, и потере части населения (возможно, наиболее платежеспособной) как потребителей отечественных медицинских услуг.

ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ: ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО, ФИНАНСИРОВАНИЕ, СТИМУЛЫ

Наращивание доверия высокотехнологичным медицинским решениям — необходимое, но не достаточное условие развития успешного рынка медицинских технологий в России. В цепочке оказания медицинских услуг задействованы государственные органы, медицинские учреждения, производители медицинских аппаратов и другие игроки. Проблемы у одной из сторон могут поставить под угрозу весь процесс.

В ходе экспертных интервью были выявлены следующие важные для развития медицинских технологий аспекты.

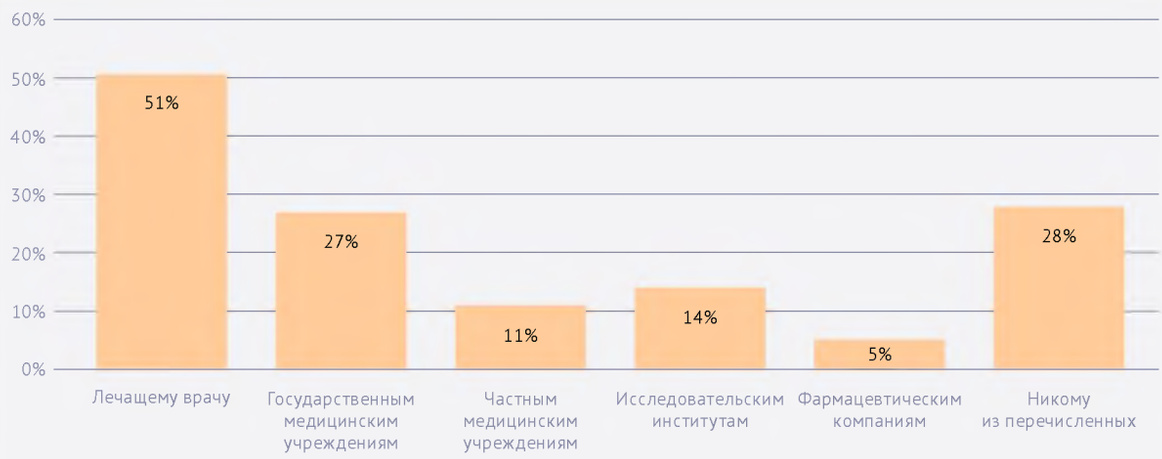
1. Законодательное регулирование. Сфера здравоохранения отличается высоким уровнем зарегулированности и длительным процессом вывода технологий на конечный рынок[18]. Отсутствие необходимой нормативно-правовой базы может не позволить перспективным разработкам оказаться на рынке — особенно учитывая повышенную роль системы ОМС в России.
2. Финансирование. Ключевые игроки на российском медицинском рынке — государственные медицинские учреждения. На рынке диагностических услуг (одном из наиболее привлекательных для внедрения решений на основе искусственного интеллекта и телемедицины) в 2012 г. 90% занимали государственные учреждения[19]. Эксперты отмечали низкую маржинальность рынка медицинских технологий. В таких условиях исключительно рыночные стимулы могут не сработать. Возможным решением является дальнейшее развитие частно-государственного партнер-

16 Среди регионов исследования минимальное значение (26%) — в Новгородской, Челябинской областях, максимальное (32%) — в Москве.

17 Среди регионов исследования минимальное значение (48%) — в Калужской области и Красноярском крае, максимальное (54%) — Новгородской Области, Северной Осетии, Якутии.

18 Это релевантно и для рынков развитых стран: так, в США путь нового лекарства от лаборатории до рынка занимает в среднем 12 лет. What doctor? Why AI and robotics will define New Health. PwC. (2017). (www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).

19 Нишевый обзор рынка «Диагностическая медицина», 2012.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), среднее для 10 регионов исследования

Рисунок 8.5
Готовность предоставлять персональные медицинские данные в различные организации («При условии анонимности, кому из перечисленных лиц и организаций вы готовы разрешить доступ к вашим персональным данным о здоровье и образе жизни (медицинские данные, физическая активность, питание и т.д.)?» Возможен выбор не более трех вариантов ответа)

Таблица 8.3
Связь между социально-демографическими и институциональными факторами и готовностью человека предоставить персональные данные о здоровье и образу жизни разным агентам

	Лечащему врачу (1)	Государственным медучреждениям (2)	Частным медучреждениям (3)	Исследовательским институтам (4)	Фармацевтическим компаниям (5)	Никому из перечисленных (6)
Женщины	0,149** (0,062)	−0,147** (0,070)	−0,075 (0,097)	0,001 (0,087)	−0,112 (0,133)	0,010 (0,069)
Возраст	−0,001 (0,002)	−0,002 (0,002)	−0,036*** (0,004)	−0,008*** (0,003)	−0,022*** (0,005)	0,001 (0,002)
Проживание в городе с населением 50—250 тыс.	—0,085 (0,082)	−0,082 (0,094)	0,227 (0,151)	0,079 (0,127)	0,073 (0,206)	0,080 (0,092)
Проживание в городе с населением более 250 тыс.	—0,137* (0,073)	0,026 (0,082)	0,418*** (0,121)	0,263** (0,104)	0,212 (0,168)	0,177** (0,083)
Среднее образование	−0,115 (0,138)	0,080 (0,156)	0,298 (0,258)	0,436* (0,242)	−0,441 (0,295)	0,157 (0,157)
Среднее специальное образование	−0,239* (0,131)	0,144 (0,149)	0,434* (0,248)	0,464** (0,234)	−0,438 (0,277)	0,265* (0,150)
Неполное среднее образование	0,066 (0,139)	0,307** (0,156)	0,953*** (0,249)	0,987*** (0,238)	0,151 (0,276)	−0,0004 (0,159)
Доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной)	0,224*** (0,029)	0,295*** (0,031)	0,025 (0,045)	0,004 (0,039)	0,056 (0,063)	−0,405*** (0,033)
Constant	−0,175 (0,232)	−1,171*** (0,265)	−1,382*** (0,424)	−2,680*** (0,381)	−1,629*** (0,543)	−0,857*** (0,258)
Учитывается регион	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Учитывается доход	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Наблюдения	5635	5635	5635	5635	5635	5635

Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Зависимая переменная в регрессиях принимает значение 1, если готов предоставить персональные данные о здоровье и образу жизни агенту, 0 — в ином случае. Используется логит-модель. Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием. Показатель «Доверие власти (федеральное, региональное, муниципальное)» — фактор, рассчитанный по вопросам о доверии правительству РФ, региональным органам власти и муниципальным органам власти (метод главных компонент).

ства и создание четкого механизма для включения услуг, оказываемых с помощью современных технологий, в систему ОМС.

3. Стимулы врачей. В ближайшее время роботизированные хирургические системы, системы анализа данных и диагностики с помощью искусственного интеллекта, устройства дистанционного мониторинга будут являться вспомогательными для врача. Эффективность их использования будет зависеть от готовности медицинского сотрудника применять их на практике. На основе экспертных интервью здесь можно выделить два главных препятствия: существующие ключевые показатели эффективности работы врачей (KPI) и консерватизм.
   - Показатели эффективности работы врачей (KPI). Внедрение новых технологий на начальном этапе может приводить к увеличению нагрузки врача. Это должно быть отражено в системе оплаты труда: целевые показатели должны стимулировать врача пользоваться новыми технологиями, а не отказываться от них для снижения дополнительной нагрузки (при разработке показателей эффективности необходимо учитывать также различие стимулов врачей в больницах и поликлиниках).
   - Консерватизм. Новые технологии меняют принципы работы врача с пациентом и требуют от врачей новых компетенций и умений. Врачи не всегда готовы отказаться от «проверенных временем» методов в пользу современных технологий (в том числе из-за юридической ответственности за принятые решения), поэтому покупка новых высокотехнологичных решений может не дать желаемого результата. Проведение информационной и образовательной работы с медицинским персоналом должно быть обязательным при внедрении новых решений в медицину.
4. Стимулы пациентов. Многие из современных технологических решений будут эффективны только при наличии усилий со стороны самого пациента. На данный момент в России не развита культура заботы о своем здоровье, хранения и систематизации персональных медицинских данных, накопления информации о собственном здоровье[20]. Проблему упоминали и эксперты.

«Мне кажется, важным аспектом является создание механизмов мотивации пациента. Это главная проблема, которая на текущий момент есть у нас в стране. [...] Надо создавать социально-экономические механизмы: как заставить его соблюдать назначения врачей, пить своевременно таблетки, своевременно ходить на диспансеризацию».

(Из экспертного интервью)

Решением проблемы могут стать информационные и образовательные кампании, использование механизмов «подталкивания» (наджинга), создание стимулов для ведения здорового образа жизни и использования населением современных медицинских решений — в том числе через использование механизмов налоговых вычетов.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Высокий уровень избегания неопределенности и низкий уровень доверия (межличностного и институционального), свойственные российскому обществу, определяют настороженное отношение людей к пользованию новыми медицинскими технологиями.

Для повышения привлекательности технологий необходимо обеспечить четкое их позиционирование, с акцентом на:

- Возможности, которые предоставляют новые технологии для людей и их близких.
- Безопасность использования новых технологий, примеры успешного использования новых технологий для решения проблем, которые было бы невозможно решить по-другому.
- Развенчание основных страхов и опасений, которые есть у людей в связи с пользованием этими технологиями.
- Демонстрацию опыта использования российских медицинских технологий за рубежом.
- Материальные выгоды, которые связаны с использованием новых медицинских технологий как для человека лично, так и регионального бюджета.

В частности,

- При информировании об услугах телемедицины желательно делать акцент на удобстве:
  - Консультаций при поездках за город; при необходимости экстренной консультации, при необходимости консультации со специалистом; к которому нет возможности попасть на прием в регионе проживания человека.
  - Использования услуги для решения административных вопросов (справки, выписки и т.д.).
  - Использования услуг при заботе о пожилых родителях: в особенности, когда мобильность ограничена, а дистанционная консультация может полноценно заменить визит к врачу.
  - Использования услуги в семьях с маленькими детьми — возможность оперативной консультации в период, когда медицинская помощь нужна часто, а мобильность ограничена.
- При информировании об услугах дистанционного мониторинга состояния здоровья важно делать акцент на возможности:
  - Наблюдать за состоянием здоровья людей, находящихся в группе риска (подверженность заболеваниям, высоким нагрузкам и т.д.).
  - Заботиться о состоянии своих близких (пожилых родственников или близких, беспечно относящихся к своему здоровью).
- При информировании о возможностях использования технологий искусственного интеллекта в медицине важно подчеркивать:
  - Возможности получения более точного диагноза и более точной (персонализированной) программы лечения.
  - Возможность контроля за действиями искусственного интеллекта со стороны врача и возможность корректировки лечения.
  - Принципы его работы (в т.ч. самообучаемость искусственного интеллекта), что позволяет ему также накапливать опыт и, в конечном

20 Нишевый обзор рынка «Диагностическая медицина», 2012.

итоге, ставить диагноз на основе большего количества кейсов, чем у опытных врачей.

- При информировании о технологии проведения операций с использованием роботизированных механизмов важно подчеркивать:
  - Наличие резервных систем контроля за работой технологии (резервное питание, проверка точности и т.д.).
  - Наличие контроля со стороны хирурга (робот — инструмент в руках хирурга, а не главное действующее лицо).
  - «Человечность» технологии — человекоподобный интерфейс и способность передавать врачу тактильные ощущения.
- При информировании о технологиях вживления чипов в организм человека и нейропротезирования важно подчеркивать:
  - Возможность улучшения качества жизни для людей с ограниченными возможностями, пожилых и т.д.
  - Возможность обратимости операции (если «чип» можно «вынуть»).

При распространении информации о новых медицинских технологиях важно учитывать:

- Готовность к пользованию новыми технологиями (прежде всего людей в возрасте 18–30 и 60+ лет).
- Специфику каналов информации, которым доверяют разные группы населения.
- Способ подачи материалов:
  - Предоставление достоверной статистической информации о качестве медицинских технологий.
  - Создание роликов и материалов, наглядно демонстрирующих работу технологии.
  - Предоставление возможности ближе увидеть работу технологии (в экспоцентрах, на экскурсиях и т.д. с широким освещением в СМИ).

Для повышения готовности населения пользоваться новыми медицинскими технологиями в условиях низкого институционального доверия важно создать механизмы, гарантирующие качество оказанных услуг:

- Создание центра независимой экспертизы работы новых медицинских технологий и обеспечение его информационной открытости.
- Создание инфраструктурных центров для пилотирования проектов в сфере медицинских технологий с активным вовлечением конечных пользователей для последующего совершенствования продукции НТИ по аналогии с практикой 23 (платформы пилотирования проектов / интеграции поставщиков и потребителей) в Региональном стандарте НТИ[21].
- Создание платформ, объединяющих поставщиков и потребителей медицинских услуг, позволяющих при помощи отзывов и системы взаимного рейтингования повышать доверие к качеству услуг.
- Привлечение иностранных экспертов и международной экспертизы для контроля качества и безопасности используемых технологий.

В условиях низкого доверия представляется перспективным создание медицинского кластера на базе медицинской/научно-исследовательской организации, обладающей какой-либо уникальной компетенцией[22], и информационное продвижение данного центра (в том числе за рубежом) с акцентом на:

- обособленность данного кластера и его уникальность (т.к. доверие медицине в целом низкое);
- международное признание и интерес со стороны представителей зарубежных стран.

При запуске пилотных проектов по внедрению технологий (в частности, медицинских) может быть перспективным их продвижение в региональных центрах среднего размера — с одной стороны, достаточно крупных, чтобы обладать необходимой для этого инфраструктурой, с другой — тех, в которых проблемы стоят особенно остро в силу нехватки квалифицированных специалистов, с третьей — в тех, где относительно высокое институциональное доверие (подробнее — см. «Кто готов быть покупателем новых технологий»).

Для успешного развития новых медицинских технологий в среднесрочном периоде, принципиальный вопрос — создание систем надежного хранения и обмена персональными данными. Отсутствие консенсуса в общественном мнении (усугубляющееся низким институциональным доверием) требует запуска публичной дискуссии о будущем системы хранения, сбора и обработки персональных медицинских данных. В числе предварительных предложений — создание нормативно-правовых условий, а также соответствующей инфраструктуры, позволяющих гражданам:

- Самостоятельно выбирать между централизованной и децентрализованной системой хранения и обработки данных.
- При получении медицинской услуги самостоятельно выбирать, куда (на личное устройство / персональное облако или в государственный центр) будут выгружаться данные.
- При посещении медицинского учреждения самостоятельно загружать свои данные с персональных устройств через специальные системы (для тех пациентов, кто выбрал децентрализованную модель) или через доступ к государственному центру (для тех, кто выбрал централизованную модель).

Для повышения качества активной жизни населения, повышения внимания населения к своему здоровью и — как следствие — роста спроса на новые технологии в сфере медицины (и повышения эффективности их применения) возможно использование технологий наджинга. Технология позволяет учитывать социокультурные и поведенческие особенности человека (прокрастинация, смещение к статус-кво и т.д.), зачастую ведущие к субоптимальному поведению. Среди возможных мер:

- использование системы умных напоминаний (простых, своевременных, привлекающих внимание, вызывающих одобрение окружающих)[23];
- установление благоприятных для здоровья пациентов опций по умолчанию[24];
- стимулирование здорового поведения людей через социальные нормы и мониторинг близким окружением.

---

21 Региональный стандарт НТИ. (2019). https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/.

22 Примером подобного кластера может выступить Международный медицинский кластер в Москве (http://www.imc-foundation.ru/).

23 The Behavioural Insights Team. https://www.bi.team/

24 Примеры подобных мер можно увидеть в [Long, et al., 2012]

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случае замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет. Фокус-группы были проведены компанией «Ipsos-Comcon».

БИБЛИОГРАФИЯ

Нишевый обзор рынка «Диагностическая медицина». (2012). ВШЭ, РВК. (https://www.rvc.ru/upload/iblock/295/201212_market_med.pdf).

Образ жизни и здоровье. (2017). ФОМ (https://fom.ru/Zdorove-i-sport/13883). Региональный стандарт НТИ (2019). (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

Doctor J. N., Nguyen A., Lev R., Lucas J., Knight T., Zhao H., Menchine M. (2018). Opioid prescribing decreases after learning of a patient's fatal overdose // Science. Vol. 361. № 6402. P. 588–590.

Naqvi A. (2016). Transforming healthcare through artificial intelligence systems // Frost and Sullivan Medical Technologies E-Bulletin. Vol. 10. № 1.

Long J. A., Jahnle E. C., Richardson D. M., Loewenstein G., Volpp K. G. (2012). Peer mentoring and financial incentives to improve glucose control in African American veterans: a randomized trial // Annals of internal medicine. Vol. 156. № 6. P. 416–424.

Medical Robots Market worth $16.74 billion by 2023. (2017). Markets and Markets. (http://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/medical-robotic-systems.asp).

Measuring overall health system performance for 191 countries. (2000). World Health Organization (https://www.who.int/healthinfo/paper30.pdf).

Raifman J. R., Lanthorn H. E., Rokicki S., Fink G. (2014). The impact of text message reminders on adherence to antimalarial treatment in northern Ghana: a randomized trial // PloS one. Vol. 9. № 10.

Robot dentist completes first ever operation without any input from humans. (2017). The Independent. (https://www.independent.co.uk/news/world/asia/robot-dentist-operation-implants-humans-xian-china-a7963536.html). The Behavioural Insights Team. (https://www.bi.team/).

These Are the Economies With the Most (and Least) Efficient Health Care. (2018). Bloomberg (https://www.bloomberg.com/news/articles/2018–09–19/u-s-near-bottom-of-health-index-hong-kong-and-singapore-at-top).

What doctor? Why AI and robotics will define New Health. (2017). Pw C. (https://www.pwc.com/gx/en/industries/healthcare/publications/ai-robotics-new-health/ai-robotics-new-health.pdf).

9. КЕЙС: БЕСПИЛОТНЫЙ ТРАНСПОРТ

Успешное распространение беспилотных технологий и развитие рынка «Автонет»[1] в России зависит не только от создания соответствующей инфраструктуры и формирования регуляторной базы, но и готовности населения пользоваться беспилотными технологиями. В данном кейсе рассматриваются особенности отношения населения к беспилотным автобусам и автомобилям, выявленные в ходе социологического опроса и фокус-групп, проведенных в Москве и Великом Новгороде в 2018–2019 гг. (подробнее — см. врезку в конце главы).

Отношение населения к технологии беспилотного транспорта отражает расхожее убеждение: «В России есть две беды: дураки и дороги». Среди технологий Национальной технологической инициативы (НТИ) и Цифровой экономики (ЦЭ), рассмотренных в исследовании, отношение к беспилотным автомобилям и автобусам самое настороженное — хуже люди относятся только к покупке искусственного мяса, выращенного на специальном пищевом производстве (Рисунок 9.1).

Национальная технологическая инициатива (НТИ) — долгосрочная программа частно-государственного партнерства по содействию развитию перспективных рынков на базе высокотехнологичных решений, которые будут определять развитие мировой и российской экономики через 15–20 лет. Реализация началась в 2016 г. (http://www.nti2035.ru/).

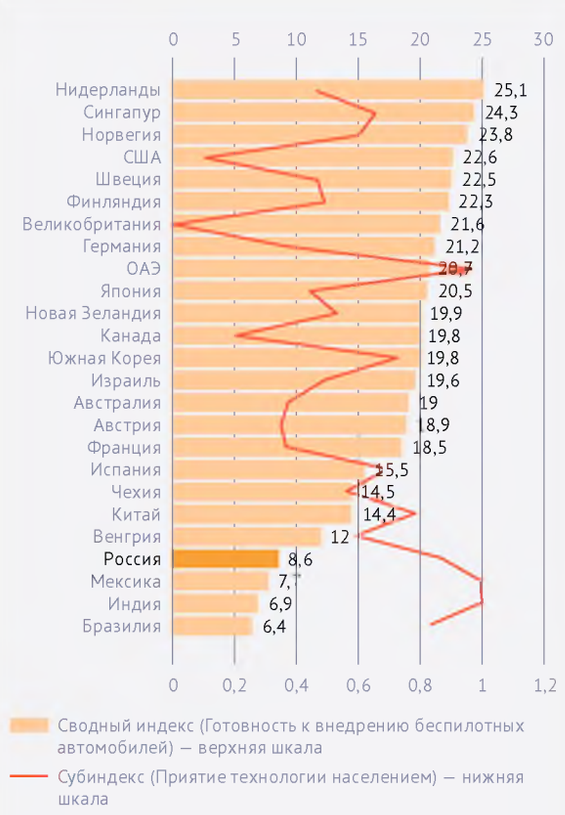
Цифровая экономика (ЦЭ) — национальная программа, нацеленная на осуществление комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы России к 2024 г. Реализация началась в 2018 г. (https://data-economy.ru/).

Рисунок 9.1
Восприятие новых технологий в России («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

1 Рынок «Автонет». http://www.nti2035.ru/markets/autonet.

По данным KPMG, в рейтинге стран по готовности к внедрению беспилотных автомобилей Россия находится на 22-м месте из 25[2]. Рейтинг основан на четырех группах показателей, оценивающих законодательное регулирование, развитие технологий и инноваций, развитие инфраструктуры, а также уровень приятия беспилотников потребителями. По трем группам показателей Россия не поднимается выше 22-го места (Рисунок 9.2). Тем не менее по одному из показателей — основанному на ответах респондентов об их уровне приятия беспилотного транспорта — Россия четвертая. Более позитивно к внедрению беспилотного транспорта относятся только в Индии, ОАЭ и Мексике.

Результаты фокус-групп показывают, что подобное отношение может быть связано с ожиданием повышения безопасности движения и в целом улучшения качества жизни благодаря беспилотным технологиям.



По данным Autonomous Vehicles Readiness Index. KPMG, 2019.

Сводный индекс готовности страны к внедрению беспилотных автомобилей является агрегированным показателем по четырем субиндексам: законодательное регулирование; технологии и инновации; инфраструктура и приятие технологии населением. Чем выше значение индекса, тем выше положение страны в рейтинге готовности страны к внедрению беспилотных автомобилей. Субиндекс «Приятие технологии населением» состоит из показателей отношения к технологии беспилотного транспорта со стороны населения, доли населения, живущего в тестовых зонах, индекса использования новых технологий населением, индекса доступности новых технологий для населения, а также доли населения, пользующейся сервисами каршеринга. Субиндекс может принимать значение от 0 до 1.

Рисунок 9.2. Рейтинг стран по готовности к внедрению беспилотных автомобилей и показатель уровня приятия беспилотного транспорта

При этом безопасность таких технологий, по мнению участников, определяется следующими факторами (подробнее — см. Таблицу 9.1):

- возможностью полностью исключить человеческий фактор — «человек (пешеход, водитель автомобиля) способен внести хаос в работу системы»;
- качеством дорог (наличием специальной инфраструктуры, выделенных полос и т.д.).

Эти же факторы определяют степень доверия к разным типам транспорта: самое низкое — автомобилям, самое высокое — рельсовому транспорту.

Респонденты знают, что беспилотные поезда успешно используются во многих странах, например, в Японии, Китае, ОАЭ. По сравнению с беспилотным рельсовым транспортом, беспилотный маршрутный транспорт воспринимается ими как новая, непроверенная технология. Причем если беспилотный автобус движется по выделенной полосе, на закрытой территории (т.е. хотя бы частично решается проблема качества дорог и непредсказуемости движения), то люди чаще готовы были бы им воспользоваться. Самый низкий уровень приятия вызывает беспилотный автомобиль, так как он обладает максимальной степенью свободы. Кроме того, на восприятие влияет аварийность автотранспорта и известные случаи аварий беспилотных автомобилей.

При высоком качестве технологии и соответствующей инфраструктуры, а также в ситуации, когда большинство машин вокруг уже являются беспилотными, респонденты с большей вероятностью будут пользоваться беспилотным транспортом, нежели традиционным. При таких условиях доверие роботу (алгоритму и технологии) может быть выше доверия водителю-человеку.

«Я думаю, это суперперспективная технология. Весь общественный транспорт надо перевести на беспилотники».

(Житель Великого Новгорода, возраст 31–45)

ОТНОШЕНИЕ К БЕСПИЛОТНЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ: РОЛЬ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК

Среди рассматриваемых регионов исследования наиболее настороженное отношение к беспилотным технологиям — в Северной Осетии (см. Рисунок 9.3). Наиболее спокойное — в Москве (подробнее см. главу 7 «Кто готов быть покупателем новых технологий?»). Однако при контроле на социально-демографические характеристики различия между Москвой и другими регионами пропадают. Различий практически нет и при сравнении Москвы с другими крупными городами. Это означает, что крупные города — ключевые опорные точки для продвижения новых беспилотных технологий[3].

Среди жителей городов-миллионников, мужчин, людей с высшим образованием и возрастной группы

2 Autonomus Vehicles Readiness Index. KPMG (2019). https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/02/2019-autonomous-vehicles-readiness-index.pdf.

3 Других статистически значимых региональных различий в пользовании беспилотными технологиями выявлено не было (подробнее см. главу 7 «Кто готов быть покупателем новых технологий?»).

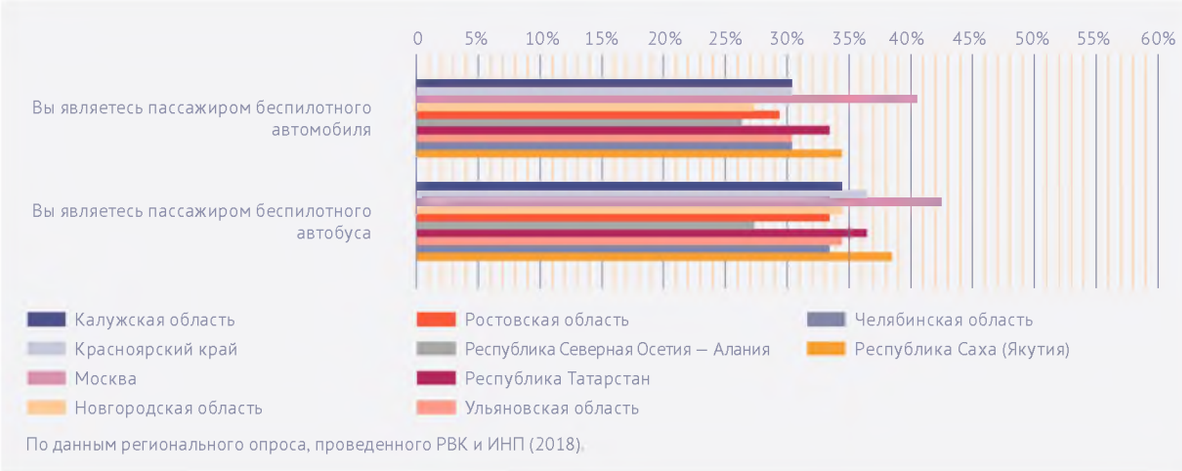


Рисунок 9.3
Восприятие новых беспилотных технологий в регионах («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

18–30 чаще встречаются люди, чувствующие себя спокойно при пользовании беспилотными технологиями (Таблица 9.1). При этом более настороженное отношение к беспилотным автомобилям (по сравнению с беспилотными автобусами) сохраняется для всех социально-демографических групп, что говорит о сравнительно большей перспективности программ по распространению беспилотных автобусов. Регрессионный анализ (Рисунок 9.4) показывает, что возраст негативно связан с уровнем приятия беспилотного автобуса, но не связан с отношением к беспилотному автомобилю. Возможно, более подозрительное отношение старшего поколения к таким автобусам вызвано более высокой частотой пользования существующим общественным транспортом (а не личным автомобилем) и — как следствие — большим страхом от пользования беспилотными технологиями.

Как и в случае с медицинскими технологиями, мужчины относятся к технологиям позитивнее женщин[4]. Это может означать, что, с одной стороны, мужчины могут быть ключевой точкой опоры для распространения такой технологии. С другой стороны, программы, направленные на популяризацию «технологической» повестки среди женщин, могут помочь выровнять дисбаланс и повысить готовность пользоваться беспилотными технологиями.

Анализ количественных данных подтверждает: при распространении технологий беспилотного транспорта предпочтительнее начинать с продвижения (и построения соответствующей инфраструктуры) беспилотных автобусов, поскольку отношение к ним более позитивное. Основные группы поддержки — жители городов-миллионников, мужчины, население с высшим образованием. Группа сопротивления — население старше 60 лет. Это определяет потребность в таргетированных информационно-образовательных кампаниях, демонстрирующих преимущества этой технологии над традиционными для разных возрастных категорий.

ОТНОШЕНИЕ К БЕСПИЛОТНОМУ ТРАНСПОРТУ: ДРАЙВЕРЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ

Проведенные фокус-группы показывают, что в целом люди с опасением относятся к пользованию беспилотным транспортом в российских условиях. Вместе с тем есть два фактора, поддерживающие спрос на беспилотные технологии: низкое доверие участникам дорожного движения и желание людей повысить качество жизни (подробнее о драйверах см. Таблицу 9.2).

Распространено мнение о «безбашенных» водителях с агрессивным стилем вождения, нарушающих правила дорожного движения, а также садящихся за руль в усталом или нетрезвом виде. Беспилотные технологии снижают роль водителя — как следствие, повышают безопасность дорожного движения в целом.

Кроме того, возможность использовать функцию беспилотника на длинных перегонах в условиях больших российских пространств позволяет снизить усталость водителя, облегчить его работу и повысить безопасность движения в целом.

ОТНОШЕНИЕ К БЕСПИЛОТНОМУ ТРАНСПОРТУ: БАРЬЕРЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ

Ключевые социокультурные барьеры для распространения беспилотных технологий связаны, во-первых, с высоким избеганием неопределенности населения:

- Страх перед машиной без водителя в принципе и, как следствие, страх сбоев в работе датчиков, технологий, которые нельзя будет проконтролировать.
- Непонимание, как будет вести себя беспилотный автомобиль в случае возможной аварийной ситуации.
- Уверенность, что технологии беспилотного транспорта и навигаторы будут работать только в идеальных условиях — на хороших, чистых дорогах, в хорошую погоду.
- Страх террористической угрозы, обусловленной недостаточной защищенностью технологии.

4 Данный эффект наблюдается не только для России, похожие паттерны выявлены и для США [Zhang, Dafoe, 2019].

«Я не понимаю, как это считывается. В Москве поездишь — за 2 часа машина грязная вся. Если датчики все залепить, как она будет ориентироваться в пространстве?»

(Житель Москвы, возраст 31–45)

«Русские вьюги... не потерпят иноземных хитростей, занесут... снегом колеи... заморозят пары... Да и где взять такую тьму топлива, чтобы вечно не угасал огонь под ходунами-самоварами?»

(Русский крестьянин-извозчик о чугунных дорогах и пароходных экипажах между Санкт-Петербургом и Москвой // Общеполезные сведения. 1835. Апрель)

Во-вторых, барьером выступает низкое доверие власти (федеральной, региональной, муниципальной) и — как следствие — низкое доверие технологиям. Люди не верят, что государство в силах обеспечить инфраструктуру для внедрения беспилотного транспорта, осуществлять контроль над его работой и гарантировать безопасность.

В-третьих, люди опасаются социальной напряженности. Водители — одна из самых распространенных профессий в России. Замена транспорта с водителями беспилотным транспортом без продуманных компенсаций может привести к протесту и саботажу проигрывающих сторон — как непосредственно водителей, так и членов их семей.

«Но есть другой момент — сколько у нас занятых в транспорте? Водитель — самая распространенная профессия в России, в том числе таксисты, водители грузовиков...»

(Житель Великого Новгорода, возраст 31–45)

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Хотя населению России свойственно настороженное отношение к беспилотному транспорту, по уровню приятия этой технологии Россия не отстает от других стран (в т.ч. развитых). Это означает перспективность развития беспилотного транспорта и соответствующей экосистемы в России. При этом основные препятствия на настоящий момент — законодательные, технологические, инфраструктурные. При снятии этих барьеров принципиально важно учитывать высокое избегание неопределенности российского населения и обеспечивать широкое информирование населения о технологиях.

- Для продвижения технологии среди населения важно обеспечивать информационную открытость, демонстрировать доказательства безопасности использования технологии в наглядной и доступной форме, в т.ч.:
  - с помощью доступной статистики безаварийной езды, успешных кейсов использования в российских климатических условиях, демонстрации участия человека в контроле над работой робота;
  - с помощью использования многообразия форматов коммуникации, пользующихся популярностью у разных социально-демографических групп (видеоролики, колонки в газетах и журналах, новостные репортажи, блоги).

		Вы являетесь пассажиром беспилотного автобуса	Вы являетесь пассажиром беспилотного автомобиля
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн	46%	42%
	500 тыс.–1 млн	39%	36%
	250 тыс.–500 тыс.	38%	36%
	100 тыс.–250 тыс.	39%	34%
	50 тыс.–100тыс.	28%	22%
	Менее 50 тыс.	28%	26%
	Сельское население	25%	20%
Пол	Мужчина	45%	42%
	Женщина	26%	22%
Возраст	18–30	51%	47%
	31–45	40%	37%
	46–60	27%	24%
	Старше 60	23%	19%
Образование	Неполное среднее	32%	26%
	Среднее	31%	28%
	Среднее специальное	30%	26%
	Высшее / неоконченное высшее	49%	46%
	Ученая степень	53%	47%
Доход	Денег не хватает даже на питание	28%	22%
	На питание денег хватает	27%	20%
	На одежду, обувь денег хватает	30%	28%
	На бытовую технику денег хватает	38%	35%
	На автомобиль денег хватает	42%	38%
	На квартиру или дом денег хватает	41%	39%

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).
В ячейках показана доля респондентов, спокойно относящихся к использованию соответствующей технологии. Например, 46% жителей городов-миллионников чувствовали бы себя спокойно при пользовании беспилотным автобусом. Чем насыщеннее зеленый цвет, тем больший процент представителей соответствующей социально-демографической группы ответили, что относятся к конкретной технологии позитивно. Чем насыщеннее красный цвет, тем меньше представителей соответствующей социально-демографической группы ответили, что относятся к конкретной технологии позитивно.

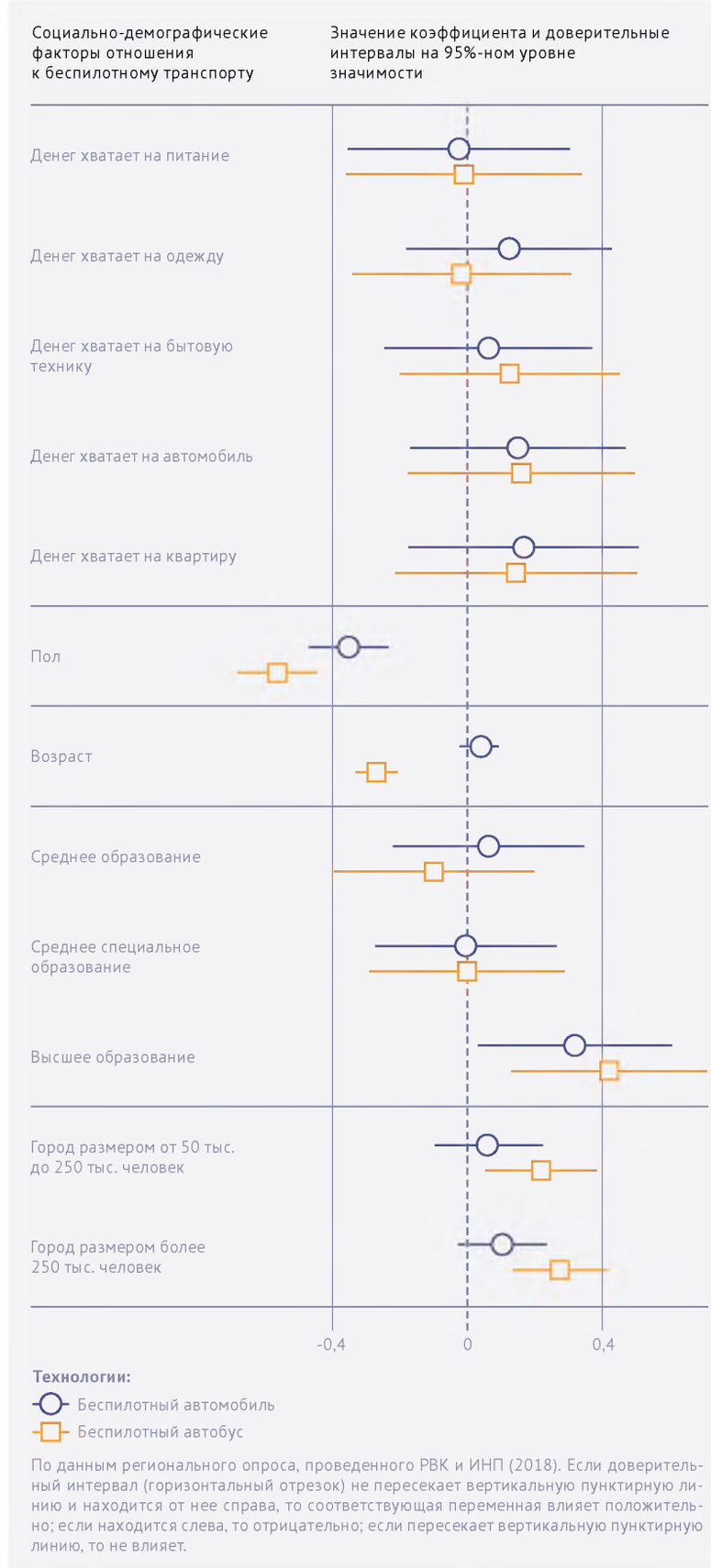
Таблица 9.1
Восприятие новых беспилотных технологий — социально-демографический разрез («Насколько спокойно вам будет в каждой из следующих ситуаций?» «Абсолютно спокойно» + «Спокойно»)

- Для контроля надежности внедряемых технологий в российских условиях желательно создать центр независимой экспертизы работы роботов и искусственного интеллекта в сфере беспилотного транспорта (в т.ч. во внештатных ситуациях) и обеспечить информационную открытость работы центра.
- Для продвижения технологии среди населения важно подчеркивать проблемы, которые решаются при помощи беспилотного транспорта — например, упрощение длинных переездов и уменьшение риска уснуть за рулем, экономия топлива и т.д.
- Для повышения приятия технологий беспилотного транспорта также важно делать акцент на выгодах, которые дают технологии как лично для человека, так и для общества в целом. Например, экономии муниципального

бюджета при вводе беспилотного общественного транспорта и возможности перераспределить бюджетные средства на решение городских проблем.

- Получение позитивного опыта пользования беспилотным автотранспортом в российских условиях повысит уровень приятия технологии среди населения. Это определяет целесообразность создания испытательных полигонов по аналогии с «Практикой 13» (запуск испытательных полигонов для продукции рынков НТИ)[5] из Регионального стандарта НТИ, а также продвижения специальных зон и выставочно-презентационных площадок, на которых каждый желающий может побыть в роли пассажира беспилотного автомобиля или автобуса.
- Важно обеспечить доступность площадок для широких слоев населения — как логистическую, так и ценовую. Распространение информации об опыте пользования через «сарафанное радио» позволит масштабировать эффект.
- Важно учитывать, что реализация пилотного проекта в регионе с невысокой интенсивностью движения автотранспорта будет вызывать меньшее отторжение со стороны населения. При этом значимое условие для положительного отношения населения к таким технологиям — создание соответствующей инфраструктуры: закрытых зон, выделенных полос, знаков и т.д.

Для предотвращения блокировки нововведений со стороны населения при повсеместном распространении беспилотного транспорта необходимо предусмотреть систему компенсаций для водителей, а также заранее анонсировать переходный период, в течение которого водители могут переквалифицироваться. В качестве возможных вариантов компенсационных сделок — предоставление доступа к оплачиваемым программам переобучения.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Если доверительный интервал (горизонтальный отрезок) не пересекает вертикальную пунктирную линию и находится от нее справа, то соответствующая переменная влияет положительно; если находится слева, то отрицательно; если пересекает вертикальную пунктирную линию, то не влияет.

Рисунок 9.4
Влияние социально-демографических характеристик на ощущение спокойствия при пользовании беспилотным автомобилем и беспилотным автобусом[6]

5 Региональный стандарт НТИ (2019). https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/.

6 Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием, для показателей дохода — те, у кого денег не хватает даже на питание.

Таблица 9.2
Отношение населения к беспилотным технологиям: драйверы и барьеры (по результатам фокус-групп в Москве и Великом Новгороде)

Драйверы	Барьеры
▶ Повышение качества жизни за счет: – увеличения доступности общественного транспорта и такси; – уменьшения пробок на дорогах; – улучшения экологической ситуации. ▶ Повышение безопасности на дороге и доверия к участникам дорожного движения за счет: – датчиков, которые видят в темноте, в плохую погоду и т.д.; – более быстрой реакции машины; – связи беспилотных автомобилей друг с другом; – неукоснительного соблюдения ПДД; – снижения влияния человеческого фактора (отсутствие ошибок из-за усталости, невнимательности и т.д.); – снижения агрессии на дороге.	▶ Страх перед машиной без водителя. ▶ Страх сбоев технологии — датчики выйдут из строя, сбой в алгоритмах работы машины, нештатная ситуация. ▶ Террористическая угроза. ▶ Уверенность в том, что технология может работать только в идеальных условиях. Например, в США, где ровные прямые дороги, хорошая ясная погода. Страх, что беспилотный автомобиль не справится с интенсивным движением, русской зимой и т.д. ▶ Известные респондентам случаи аварий беспилотных автомобилей, оказывающие негативное влияние на восприятие технологии. ▶ Неадекватная работа навигаторов. ▶ Опасение социальной напряженности: потеря работы сотнями тысяч людей. ▶ Большая протяженность дорог в России (трудности с подготовкой инфраструктуры для беспилотного транспорта).

По данным исследования РВК и ИНП (2018).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет. Фокус-группы были проведены компанией «Ipsos-Comcon».

БИБЛИОГРАФИЯ

Региональный стандарт НТИ. (2019). (https://www.rvc.ru/eco/regions/regstandart/).

Рынок «Автонет». (http://www.nti2035.ru/markets/autonet).

Autonomus Vehicles Readiness Index. (2019). KPMG (https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/02/2019-autonomous-vehicles-readiness-index.pdf).

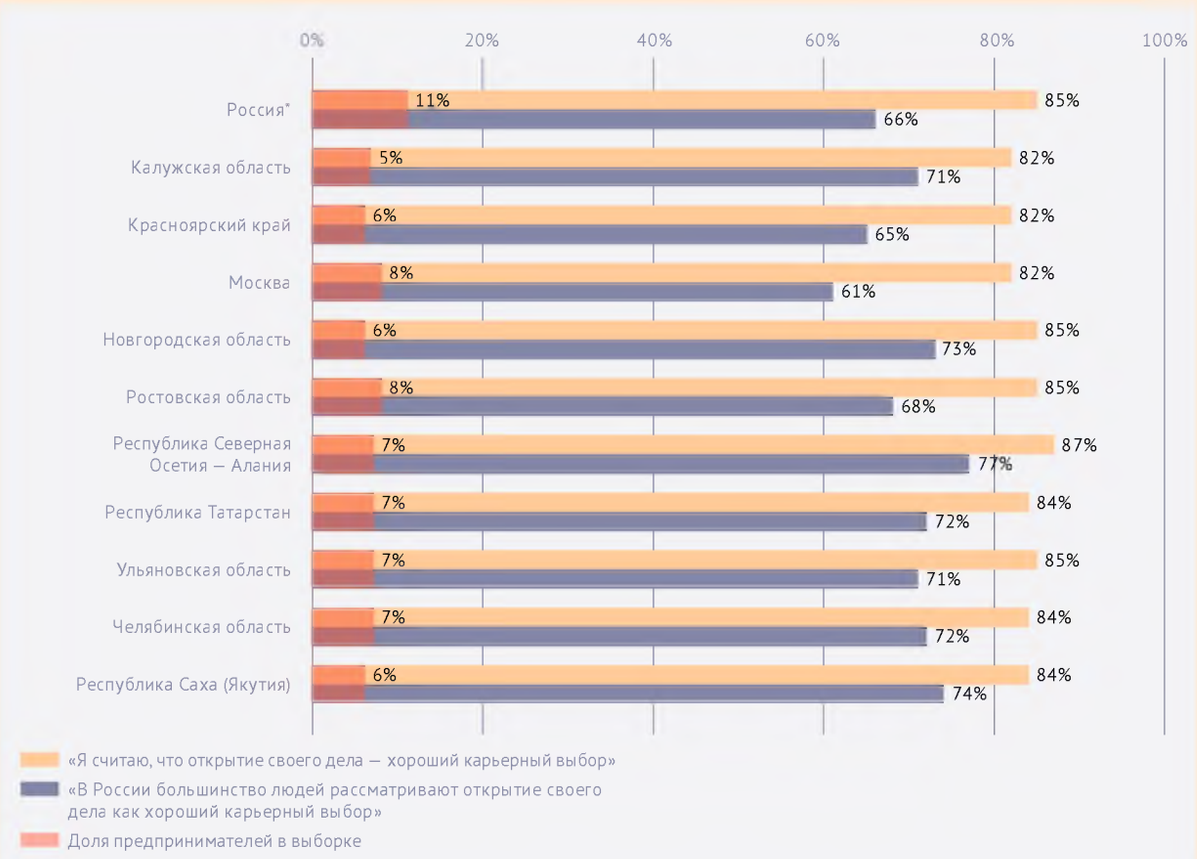
Zhang B., Dafoe A. (2019). Artificial Intelligence: American Attitudes and Trends. (https://ssrn.com/abstract=3312874).

IV. Установки по отношению к предприни-мательству (в том числе технологическому)

Вопрос развития технологического предпринимательства является одним из ключевых для национальной повестки технологического прорыва и диверсификации экономики. Переход к новому технологическому укладу невозможен без изменения структуры экономики, в которой все большее значение должны играть малые и средние предприятия и все большую долю должен иметь высокотехнологичный сектор.

Многие российские институты развития занимаются поддержкой технологического предпринимательства. Например, АО «РВК», будучи проектным офисом Национальной технологической инициативы (НТИ) и институтом, ответственным за формирование венчурного рынка, заинтересовано в массовом характере технологического предпринимательства. Более широкий интерес к технологическому предпринимательству мог бы стать основой для увеличения потока технологических проектов как в НТИ, так и в «воронке» венчурных фондов.

В стратегии АО «РВК» зафиксированы разрывы в условиях функционирования российского и зарубежных венчурных рынков[1]. Один из таких разрывов — различия социокультурной среды, которая включает в себя такие фундаментальные установки как, напри-



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), и по данным Global Entrepreneurship Monitor (2016).

*Доля предпринимателей в России взята по данным Global Entrepreneurship Monitor (2006–2016), в регионах — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Привлекательность карьеры предпринимателя для людей и восприятие привлекательности карьеры предпринимателя другими людьми (доля людей, согласившихся с утверждением «Я считаю, что открытие своего дела — хороший карьерный выбор» и с утверждением «В России большинство людей рассматривают открытие своего дела как хороший карьерный выбор»)

1 https://www.rvc.ru/upload/iblock/e1e/Strategy_RVC_2030.pdf.

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). На рисунке отображены 50 наиболее часто встречаемых слов при описании предпринимателя/бизнесмена (максимальная частота на рисунке — «умный» — 937 раз, минимальная — «амбициозный» — 42 раза). Чем крупнее слово, тем чаще оно упоминалось.

Облако слов: качества предпринимателей/бизнесменов в глазах населения («Представьте обычного предпринимателя/бизнесмена. Опишите его тремя словами, первыми приходящими на ум»)

мер, склонность к риску и уровень социального одобрения предпринимательской деятельности. В рамках исследования мы постарались точнее охарактеризовать отношение в обществе к предпринимательству и готовности получать для этого необходимое образование, о чем и пойдет речь в данном разделе.

Традиционно принято считать (в том числе на основе данных международных исследований, таких как Global Entrepreneurship Monitoring (GEM)), что в России распространено негативное отношение к предпринимательству и низкая доля населения рассматривает для себя возможность заняться предпринимательской деятельностью. Например, по данным GEM 2018–2019 гг., лишь 5,1% населения заявили, что планируют открыть собственный бизнес в течение ближайших трех лет[2]. Однако не все внутрироссийские исследования подтверждают пессимистическую оценку перспектив российского предпринимательства. Например, опросы ВЦИОМ, регулярно проводимые с 2011 г. на общероссийской выборке, показывают, что от 23% (2013 г.) до 34% (2016 г.) респондентов хотели бы стать предпринимателями когда-либо в будущем.

В анкете нашего исследования был заложен большой блок вопросов про отношение к предпринимательству. Одним из главных выводов исследования можно считать тот факт, что наши результаты гораздо ближе к «оптимистичным» данным ВЦИОМ, чем к «пессимистичным» данным GEM. В среднем 30% опрошенных в 10 регионах исследования согласились с тем, что в ближайшие три года предполагают (самостоятельно или вместе с другими) организовать новый бизнес.

На наш взгляд, это важнейший результат — он демонстрирует, что распространенное мнение о повсеместном нежелании заниматься предпринимательской деятельностью, вполне возможно, не имеет под собой достаточного социологического обоснования (либо это обоснование требует тщательной проверки).

Существует примечательная закономерность — люди полагают, что окружающие в целом относятся к предпринимателям негативней, чем они сами. По данным проведенного опроса, 83% россиян старше 18 лет считают предпринимательство хорошим карьерным выбором, но только 66% согласны, что такого же мнения придерживаются остальные россияне. Разрыв между личной позицией людей и их восприятием общественного мнения наблюдается во всех регионах исследования, что позволяет предположить существование общероссийской тендеции. При этом наибольший разрыв (21 процентный пункт) — в Москве. Возможное объяснение — низкая привлекательность предпринимательства как источника дохода, по сравнению с работой в органах власти или в крупных государственных и частных компаниях, сосредоточенных в столице. Кроме того, поскольку Москва — регион с одним из самых высоких коэффициентов Джини среди регионов РФ, воспринимаемая населением высокая неравномерность в распределении доходов может транслироваться в неверную оценку общественного мнения, в т.ч. в связи с отношением к предпринимательству.

Одна из гипотез об отношении к предпринимательству состояла в следующем. Общество может положительно относиться к предпринимательству как к драйверу экономического роста, источнику новых идей, товаров и услуг, но при этом порицать самих предпринимателей, описывая их негативными характеристиками. Эта гипотеза проверялась с помощью контент-анализа ответов на открытые вопросы. Результаты контент-анализа характеристик, которые респонденты использовали для описания предпринимателя или бизнесмена, не подтверждают эту гипотезу. Россияне описывают их преимущественно в позитивном ключе. Три наиболее часто встречающихся ответа — «умный», «целеустремленный», «честный». Лишь 5% респондентов при описании предпринимателя/бизнесмена использовали хотя бы одно слово или словосочетание с негативной коннотацией.

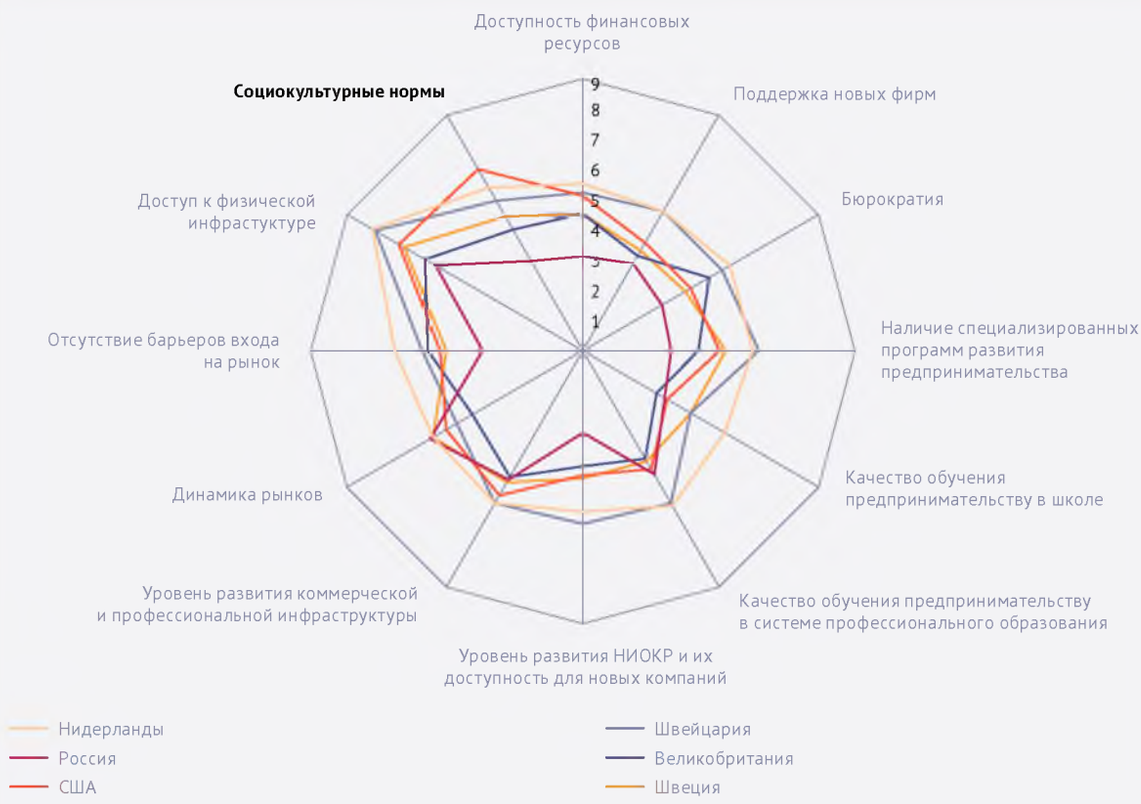
2 https://gsom.spbu.ru/images/cms/menu/otchet_cor1_rgb.pdf.

10. «УМНЫЙ, ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫЙ, ЧЕСТНЫЙ»: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО — ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КАРЬЕРНЫЙ ТРЕК?

Популярна ли в России карьера предпринимателя? Рассматривают ли россияне предпринимательство в качестве способа обеспечить себе уверенность в завтрашнем дне, получить социальное одобрение со стороны общества и, в целом, быть экономически активным гражданином? Если судить по данным Global Entrepreneurship Monitor, Россия отстает от стран-лидеров инновационного развития по большинству факторов, важных для развития предпринимательства. Среди них — качество институциональной среды (бюрократия, барьеры входа на рынок, поддержка государством новых фирм), доступность финансовых ресурсов, социокультурные нормы (Рисунок 10.1).

Одним из проявлений культурных норм является распространенное в обществе отношение к предпринимательской карьере, фигуре предпринимателя, неудачам в бизнесе и др. [Fritsch, Falck, 2007; Thornton et al., 2011; Stuetzer et al., 2013; Fritsch, Storey, 2014; Баринова, Земцов, Царева, 2018]. Положительное отношение к предпринимательству и предпринимателю может быть драйвером предпринимательской активности; негативное, напротив, усугубляет риски ведения бизнеса, делает предпринимательский карьерный трек менее привлекательным.

Отношение к предпринимательству в российском обществе достаточно противоречивое. По мнению экспертов, для России характерно «настороженное



По данным Global Entrepreneurship Monitor, Global Report 2016/17.

На рисунке представлена экспертная оценка вклада факторов в предпринимательскую активность в стране, где 1 — фактор (по мнению экспертов) совершенно не развит, 9 — фактор очень развит. В качестве стран-бенчмарков для сравнения с Россией берется топ-5 стран по среднему значению Global Innovation Index за пять лет (2014–2018).

Рисунок 10.1
Состояние факторов, оказывающих влияние на предпринимательскую активность в России и странах-лидерах инновационного процесса

или даже негативное отношение к предпринимательству»[1]. Это же показывают данные ВЦИОМ за 2017 г.: к профессии предпринимателя с доверием относились только 22% населения (27% не доверяли, 51% затруднились с ответом)[2]. Однако наш опрос, проведенный осенью 2018 г. (подробнее — см. врезку в конце главы), зафиксировал положительное отношение к карьере предпринимателя в целом.

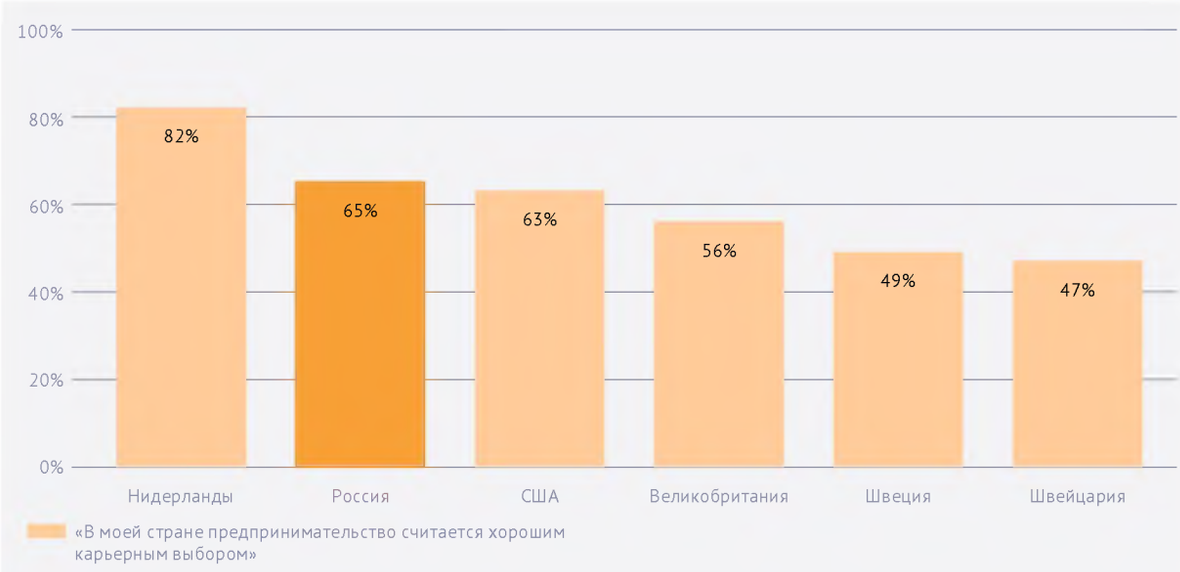
Среди опрошенных 83% считают, что предпринимательство — хороший карьерный выбор, 63% — посоветовали бы своему ребенку развивать собственное дело, а не работать наемным работником в существующей организации. По результатам опроса РВК и ИНП, в регионах в среднем 30% заявили о намерениях открыть бизнес в течение ближайших трех лет[3]. Результаты других недавних исследований (см. Рисунки 10.2–10.5) также подтверждают неправомерность тезиса об отрицательном отношении к предпринимателям в России [Ясин, Чепуренко, 2017. С. 268]. Причем по доле согласных с утверждением «предпринимательство — хороший карьерный выбор» Россия не отстает от ведущих инновационных экономик. Возможное объяснение столь позитивного отношения населения — предпринимательство рассматривается как стратегия выживания, позволяющая не зависеть от риска увольнения в период массовых сокращений и получать доход, который зависит преимущественно от собственных усилий. Другое объяснение — возможная связь предпринимательства в общественном сознании с богатством и независимостью.

В целом положительное отношение к предпринимательской карьере в обществе и готовность посоветовать карьеру предпринимателя своему ребенку (одобрение со стороны родителей) — драйверы, которые могут быть использованы для развития предпринимательства.

КАК РОССИЯНЕ ОПИСЫВАЮТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ?

Другой возможный барьер для занятия предпринимательством — негативный образ предпринимателя в общественном сознании. Общество может положительно относиться к предпринимательству как к драйверу экономического роста, источнику новых идей, товаров и услуг, но при этом порицать самих предпринимателей — жадных, хитрых и бесчестных «хапуг».

Результаты контент-анализа характеристик, которые респонденты использовали для описания[4] пред-



По данным Global Entrepreneurship Monitor, 2018[5], Россия — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). В качестве стран-бенчмарков для сравнения с Россией берется топ-5 стран по среднему значению Global Innovation Index за пять лет (2014–2018).

Рисунок 10.2 Предпринимательство как хороший карьерный выбор: Россия на уровне ведущих инновационных экономик

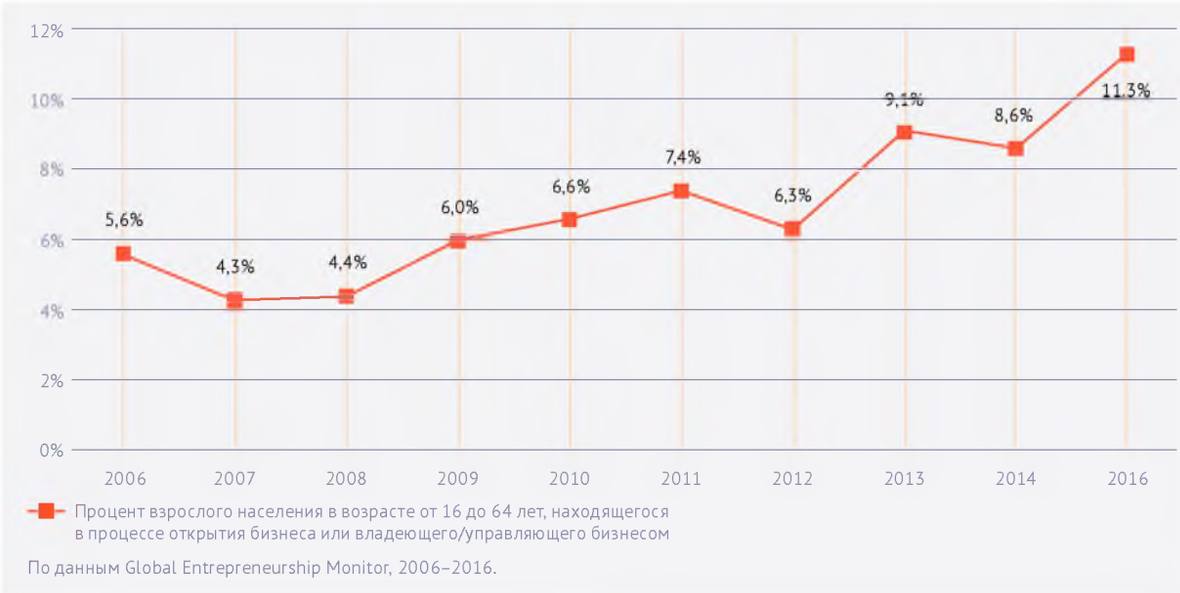
1 Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства — Россия 2016/2017», 2016.

2 Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России, 2019.

3 Достаточно высокие предпринимательские намерения в текущем исследовании могут объясняться, в частности, вынужденным предпринимательством. По данным GEM, в 2018 г. в России доля вынужденных предпринимателей составляла 39,9%. Это означает, что предпринимательство может рассматриваться как альтернативный работе по найму источник получения доходов. Примечательно, что на близкий вопрос, задаваемый GEM в 2018 г., «Планируете ли вы в ближайшие три года открыть бизнес, всем или частью которого вы будете владеть?», только 5,1% опрошенных респондентов по России давали утвердительный ответ. Вероятно, при такой формулировке респонденты не включали в понятие «бизнес» самозанятость и некоторые формы индивидуального предпринимательства. Учитывая также различия в методиках проведения опроса (face-to-face в GEM и телефонный опрос в исследовании РВК и ИНП), все это позволяет предположить что имеющиеся данные образуют нижнюю и верхнюю границы оценок соответственно.

4 В общей сложности было оценено 12 862 слова/фразы, произнесенных респондентами в ответ на вопрос «Опишите предпринимателя трема словами», из которых 3 665 являются уникальными (17,6% опрошенных затруднились с ответом). Ассоциативное мышление (метод лингвистического ассоциативного эксперимента) позволяет выявить подсознательный образ предпринимателя у респондентов, снижая вероятность получения социально одобряемого ответа. Построение таблиц сопряженности показало неравномерное распределение ответивших по социально-демографическим группам: чаще затруднялись с ответом люди в возрасте старше 60 лет, с низким уровнем дохода, проживающие в малых городах и сельских населенных пунктах, а также люди с низким уровнем образования. Наибольшие различия наблюдаются среди групп людей с разным уровнем образования: затруднились с ответом 30% респондентов с неполным средним образованием и только 8% — с высшим. Таким образом, результаты контент-анализа могут быть смещены в сторону более образованного населения.

5 Важно отметить ограниченную сопоставимость данных в силу специфики методики сбора данных в двух опросах. В рамках GEM опрашивается выборка, репрезентирующая население России в возрасте 18–64 лет. Опрос проводится методом face-to-face. В опросе в рамках текущего исследования опрашивалась выборка, репрезентирующая население России в возрасте 18+ лет. Опрос проводился методом телефонного опроса.



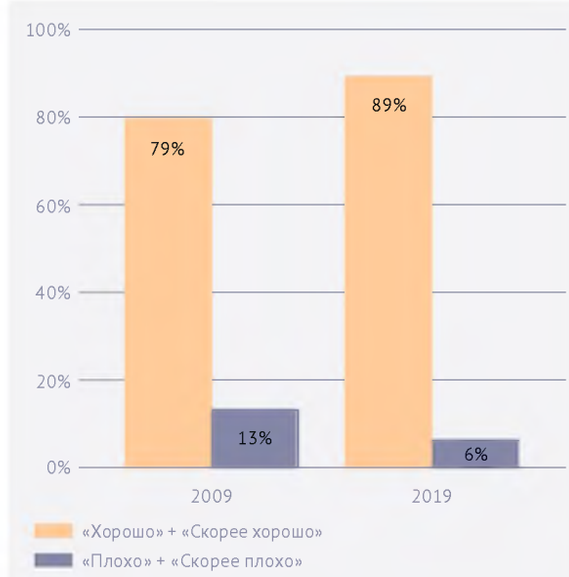
По данным Global Entrepreneurship Monitor, 2006–2016.

Рисунок 10.3
Рост доли предпринимателей в России с 2006 г. по 2016 г.

принимателя или бизнесмена, не подтверждают эту гипотезу. Россияне описывают их преимущественно в позитивном ключе (Рисунок 10.6). Три наиболее часто встречающихся ответа — «умный», «целеустремленный», «честный». Лишь 5% респондентов при описании предпринимателя/бизнесмена использовали хотя бы одно слово или словосочетание с негативной коннотацией (примеры — см. Рисунок 10.7). В Таблице 10.1 показано, как различается частота использования негативных характеристик внутри разных социально-демографических групп. Наиболее яркие различия видны по полу: женщины реже, чем мужчины, описывают предпринимателя негативно.

При этом опросный эксперимент показал, что терминология не влияет на частоту упоминания негативных характеристик. Случайным образом половине респондентов было предложено описать обычного предпринимателя, а половине — обычного бизнесмена. В обоих случаях россияне редко (в 4% и 5% случаях соответственно) произносили слова и словосочетания с отрицательной коннотацией[6]. Тем не менее при описании «бизнесмена» респонденты в два раза чаще[7] использовали слова, характеризующие статус[8] («уважаемый», «респектабельный», «солидный» и т.д.) и богатство[9] («богатый», «состоятельный», «денежный» и т.д.). При описании «предпринимателя» — слова, характеризующие профессиональные характеристики, — «предприимчивый», «трудолюбивый», «добросовестный» (Рисунки 10.8–10.9).

При этом важно, что образы и предпринимателя, и бизнесмена положительны. Различия в ассоциациях со словами «предприниматель» и «бизнесмен» могут использоваться в информационных и популяризаторских кампаниях. Для подчеркивания важности богатства и статуса — «бизнесмен», для акцента на прогрессивном карьерном выборе ответственного и честного профессионала — предприниматель.



По данным: Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России, 2019.

Рисунок 10.4
Улучшение отношения к частным предпринимателям в России («Как Вы в целом относитесь к людям, которые занимаются частным предпринимательством [мелким и средним бизнесом]?»)

РАЗРЫВ МЕЖДУ ЛИЧНЫМИ УБЕЖДЕНИЯМИ И СТЕРЕОТИПАМИ О ДРУГИХ

Другим социокультурным барьером для занятия предпринимательством может быть неверная оценка

6 Различия в частоте употребления негативных слов статистически не значимы в том числе и при контроле на социально-демографические характеристики респондентов.

7 Среди тех, кому предложили описать предпринимателя, 6% упомянули «статусные» слова и 2% — слова, характеризующие уровень дохода. Среди тех, кому предложили описать бизнесмена, таких было 10% и 4% соответственно.

8 Полный список встречающихся слов, отнесенных к «статусным»: авторитетный, важный, властный, влиятельный, внушительный, востребованный, всемогущий, глава, добившийся, награжденный, начальник, официальный, уважаемый, представительный, презентабельный, престижный, процветающий, респектабельный, решающий, руководящий, солидный, слава, статный, статусный, уважающий, управляющий, успешный, хозяин.

9 Полный список слов, отнесенных к группе, характеризующих богатство: богатый, денежный, достаток, доходный, обеспеченный, миллионер, олигарх, собственник, состоятельный, финансово состоятельный, финансово независимый, финансово обеспеченный, финансовый.

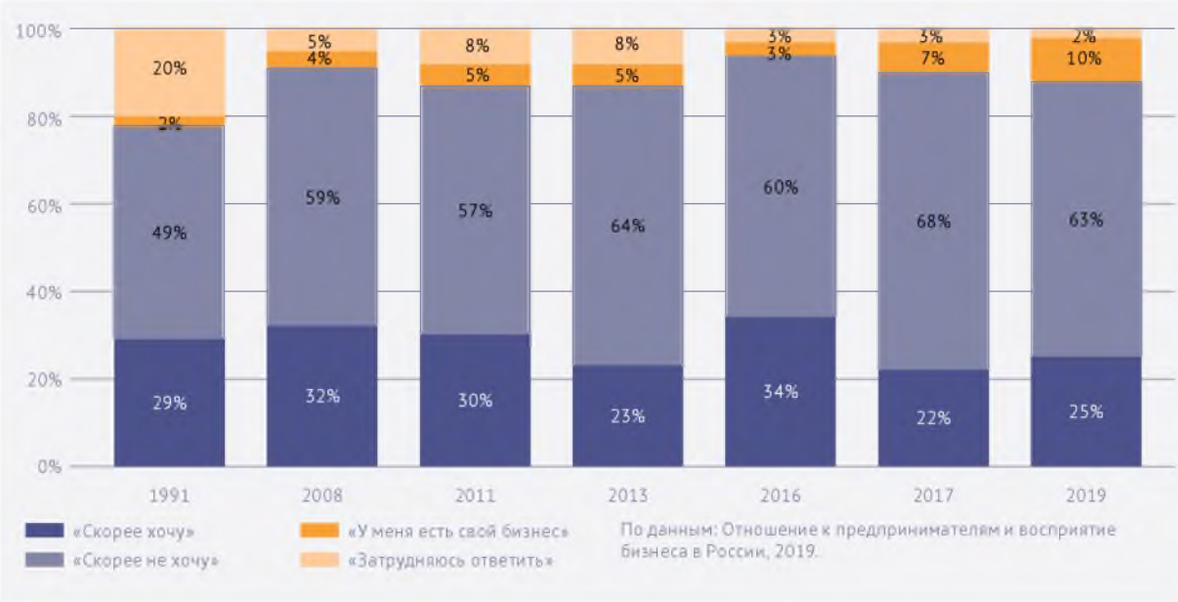
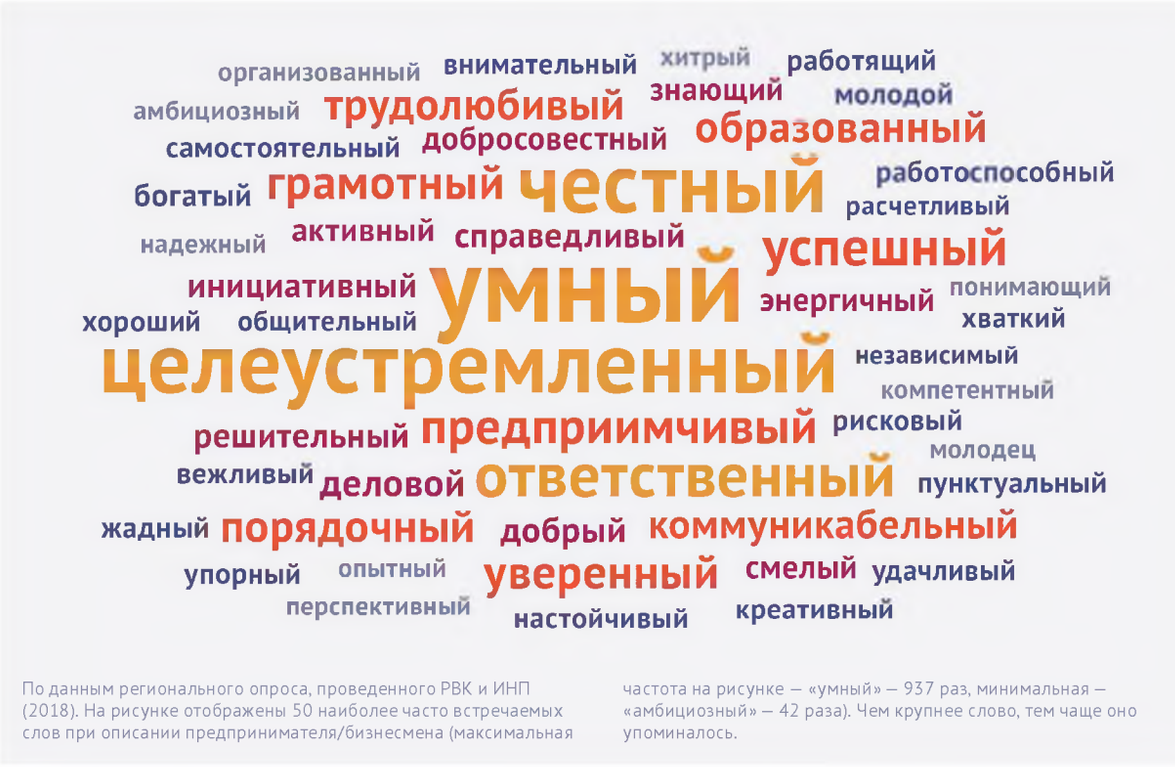
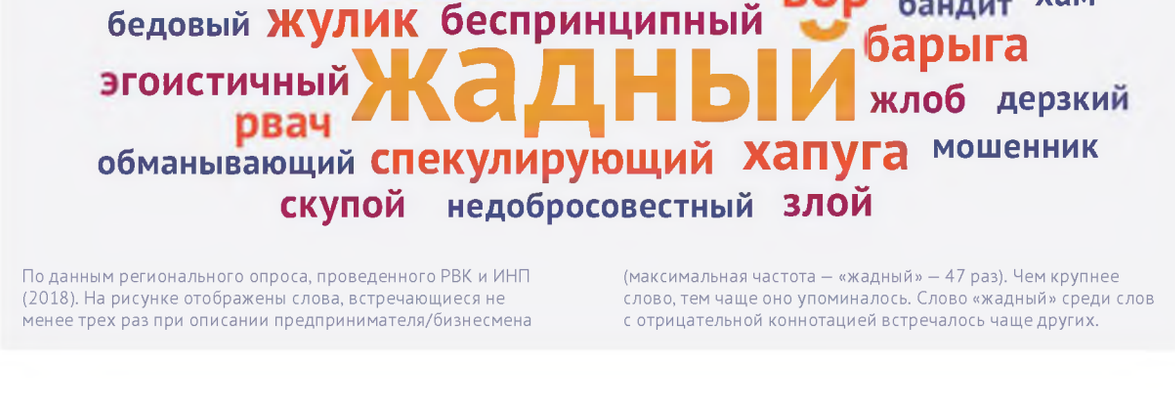


Рисунок 10.5
Предпринимательские намерения россиян в 1991–2019 гг. («Хотели ли Вы когда-либо иметь собственный бизнес, стать предпринимателем?»)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). На рисунке отображены 50 наиболее часто встречаемых слов при описании предпринимателя/бизнесмена (максимальная частота на рисунке — «умный» — 937 раз, минимальная — «амбициозный» — 42 раза). Чем крупнее слово, тем чаще оно упоминалось.

Рисунок 10.6
Облако слов: качества предпринимателей/бизнесменов в глазах населения («Представьте обычного предпринимателя/бизнесмена. Опишите его тремя словами, первыми приходящими на ум»)



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). На рисунке отображены слова, встречающиеся не менее трех раз при описании предпринимателя/бизнесмена (максимальная частота — «жадный» — 47 раз). Чем крупнее слово, тем чаще оно упоминалось. Слово «жадный» среди слов с отрицательной коннотацией встречалось чаще других.

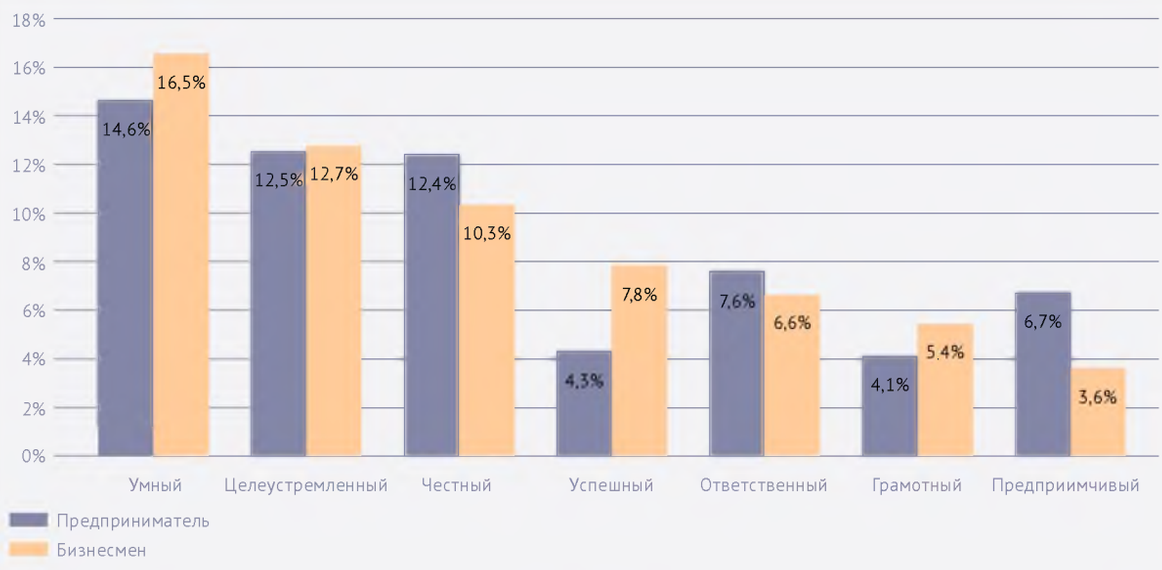
Рисунок 10.7
Облако слов: негативные качества предпринимателей/бизнесменов в глазах населения («Представьте обычного предпринимателя/бизнесмена. Опишите его тремя словами, первыми приходящими на ум»)

Таблица 10.1
Использование негативных характеристик при описании предпринимателя/бизнесмена: социально-демографический разрез

	Группа	Люди, которые не дали ни одной негативной характеристики при описании предпринимателя/бизнесмена	Люди, которые дали хотя бы одну негативную характеристику при описании предпринимателя/бизнесмена
Возраст	18–30	21%	18%
	31–45	29%	24%
	46–60	26%	26%
	60+	25%	32%
Образование	Неполное среднее	18%	4%
	Среднее	24%	25%
	Среднее специальное	26%	45%
	Высшее / неоконченное высшее/ ученая степень	32%	26%
Размер населенного пункта	Свыше 1 млн человек	23%	25%
	500 тыс.–1 млн человек	7%	7%
	250 тыс.–500 тыс. человек	14%	12%
	100 тыс.–250 тыс. человек	12%	12%
	50 тыс.–100 тыс. человек	6%	5%
	Менее 50 тыс. человек	14%	20%
	Сельское население	24%	19%
Пол	Мужчина	46%	61%
	Женщина	54%	39%

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). В таблице показано, как различается частота использования негативных характеристик при описании предпринимателя/бизнесмена внутри разных социально-демографических групп. Например, среди тех, кто не использовал ни одной отрицательной характеристики, 46% мужчин и 54% женщин, а среди тех, кто использовал хотя бы один раз, — 61% мужчин и 38% женщин.

отношения к этому виду деятельности в обществе. По данным проведенного опроса, 83% россиян старше 18 лет считают предпринимательство хорошим карьерным выбором, но только 66% согласны, что такого же мнения придерживаются остальные россияне. Разрыв между личной позицией людей и их восприятием общественного мнения наблюдается во всех регионах исследования, что позволяет предположить существование общероссийской тенденции (Рисунок 10.10). При этом наибольший разрыв (21 п.п.) — в Москве. Возможное объяснение — низкая привлекательность предпринимательства как источника дохода, по сравнению с работой в органах власти или в крупных государственных и частных компаниях в столице. Кроме того, поскольку Москва — регион с одним из самых высоких коэффициентов Джини



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 10.8
Самые часто называемые респондентами качества предпринимателя и бизнесмена («Представьте обычного бизнесмена/предпринимателя. Опишите его тремя словами, первыми приходящими на ум»)

среди регионов РФ[10], воспринимаемая населением высокая неравномерность в распределении доходов может транслироваться в неверную оценку общественного мнения, в т.ч. в связи с отношением к предпринимательству.

Примечательно, что стереотип о непривлекательности карьеры предпринимателя в обществе особенно распространен среди групп, обладающих наибольшими возможностями для открытия и ведения бизнеса — людей с высшим образованием и жителей крупных городов (см. Рисунок 10.11). При этом по показателю, характеризующему собственное отношение к карьере предпринимателя, различий между социально-демографическими группами нет.

По мнению экспертов, одним из объяснений может быть стремление человека думать о себе лучше, чем о других. Другим — советское наследие:

«Я родился в СССР и я еще помню, как относились к тем, кто зарабатывал деньги тогда. Не очень хорошо».

(Из экспертного интервью)

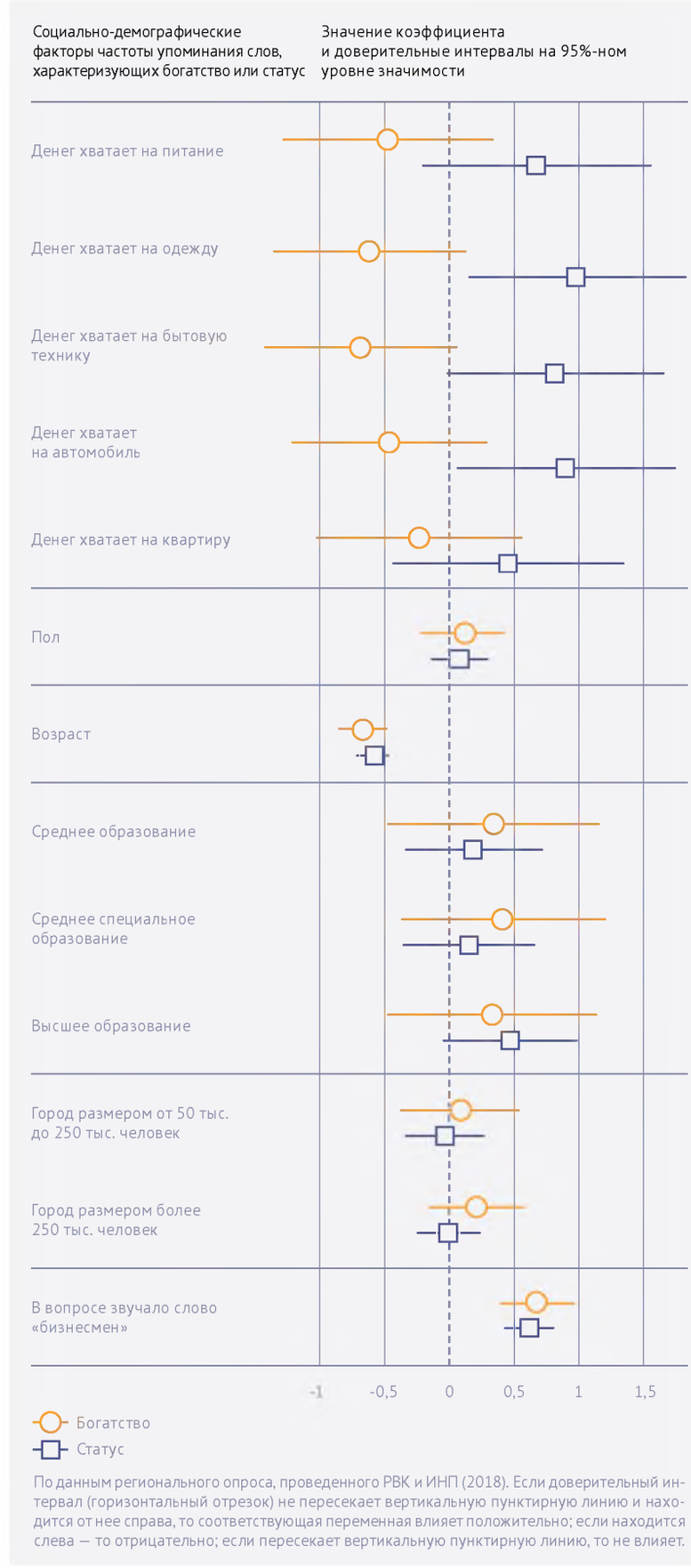
Это предположение подтверждается данными опроса.

Чем старше человек, тем реже он воспринимает предпринимательство как хороший карьерный выбор (Рисунок 10.12). Лучше всего к предпринимательству относятся люди в возрасте до 30 лет, т.е. те, чья жизнь пришлась на постсоветский период.

Положительное отношение к карьере предпринимателя в целом определяет перспективность информационных мер, направленных на популяризацию данных опросов: более 4/5 россиян считают предпринимательство привлекательным.

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: НЕЗАДЕЙСТВОВАННЫЙ РЕСУРС?

Согласно Global Innovation Index, Россия занимает первое место в мире по доле женщин с высшим образованием в рабочей силе[11]. В составе рабочей силы старше 15 лет женщин меньше, чем мужчин: на 100 экономически активных мужчин приходится 78 женщин[12]. По этому показателю Россия занимает 45-е место в мире, несколько отставая от среднего по странам с высоким уровнем дохода (78) и опережая страны Центральной Европы и Балтии (75). В то же время женщины в России менее представлены на высокооплачиваемых и руководящих позициях. Среди законодателей, старших должностных лиц и менеджеров доля женщин



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Если доверительный интервал (горизонтальный отрезок) не пересекает вертикальную пунктирную линию и находится от нее справа, то соответствующая переменная влияет положительно; если находится слева — то отрицательно; если пересекает вертикальную пунктирную линию, то не влияет.

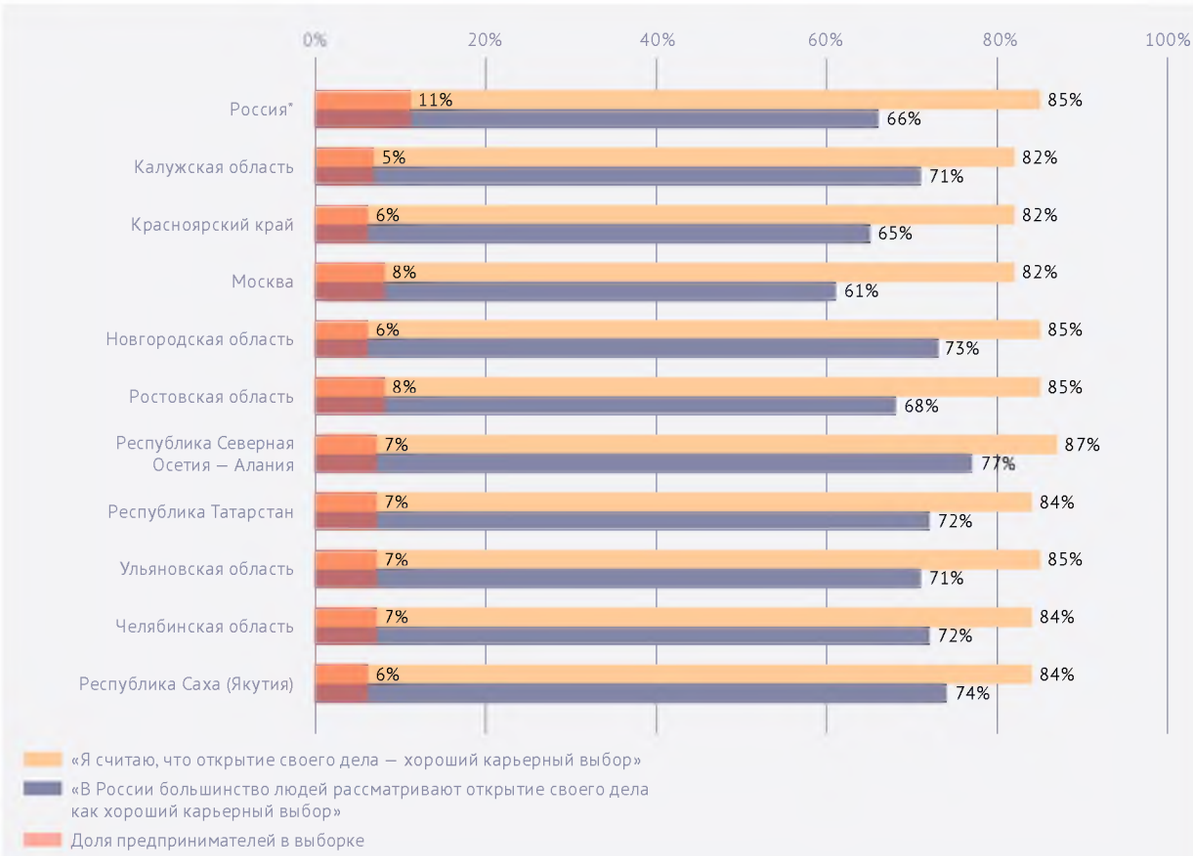
Рисунок 10.9
Влияние терминов «предприниматель» и «бизнесмен» на частоту использования слов, характеризующих богатство и статус[13]

10 Единая межведомственная информационно-статистическая система, fedstat.ru. Коэффициент Джини используется для оценки экономического неравенства и отражает степень концентрации доходов у разных групп населения.

11 The Global Innovation Index 2018.

12 World Bank, данные на 2017 г. (https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FM.NE.ZS).

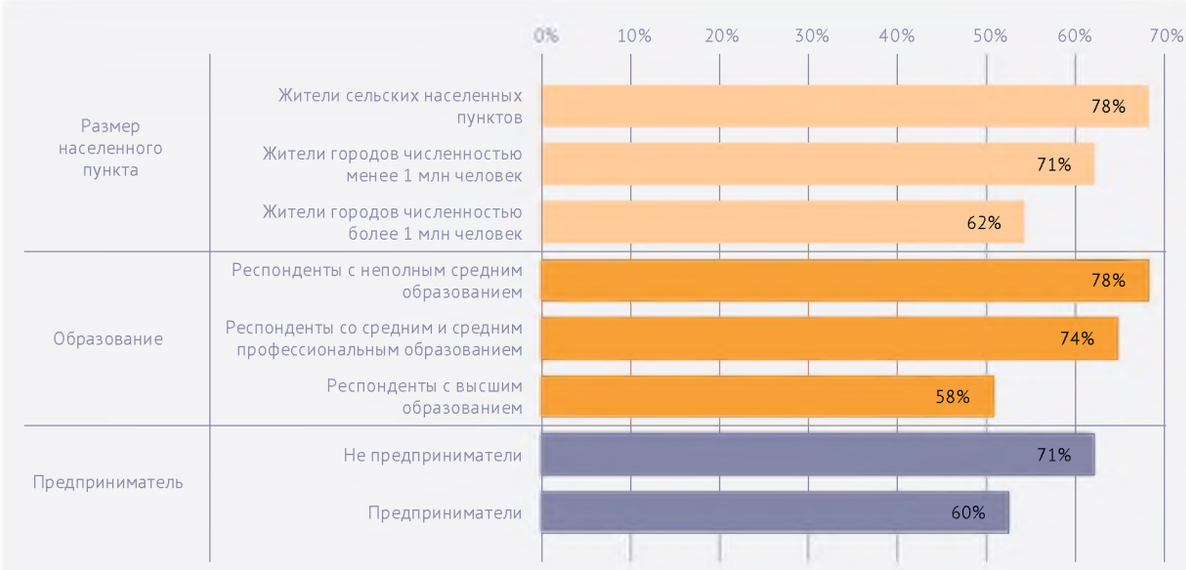
13 Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием, для показателей дохода — те, у кого денег не хватает даже на питание.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018), и по данным Global Entrepreneurship Monitor (2016).

*Доля предпринимателей в России взята по данным Global Entrepreneurship Monitor (2006–2016), в регионах — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 10.10
Привлекательность карьеры предпринимателя для людей и восприятие привлекательности карьеры предпринимателя другими людьми (доля людей, согласившихся с утверждением «Я считаю, что открытие своего дела — хороший карьерный выбор» и с утверждением «В России большинство людей рассматривают открытие своего дела как хороший карьерный выбор»)



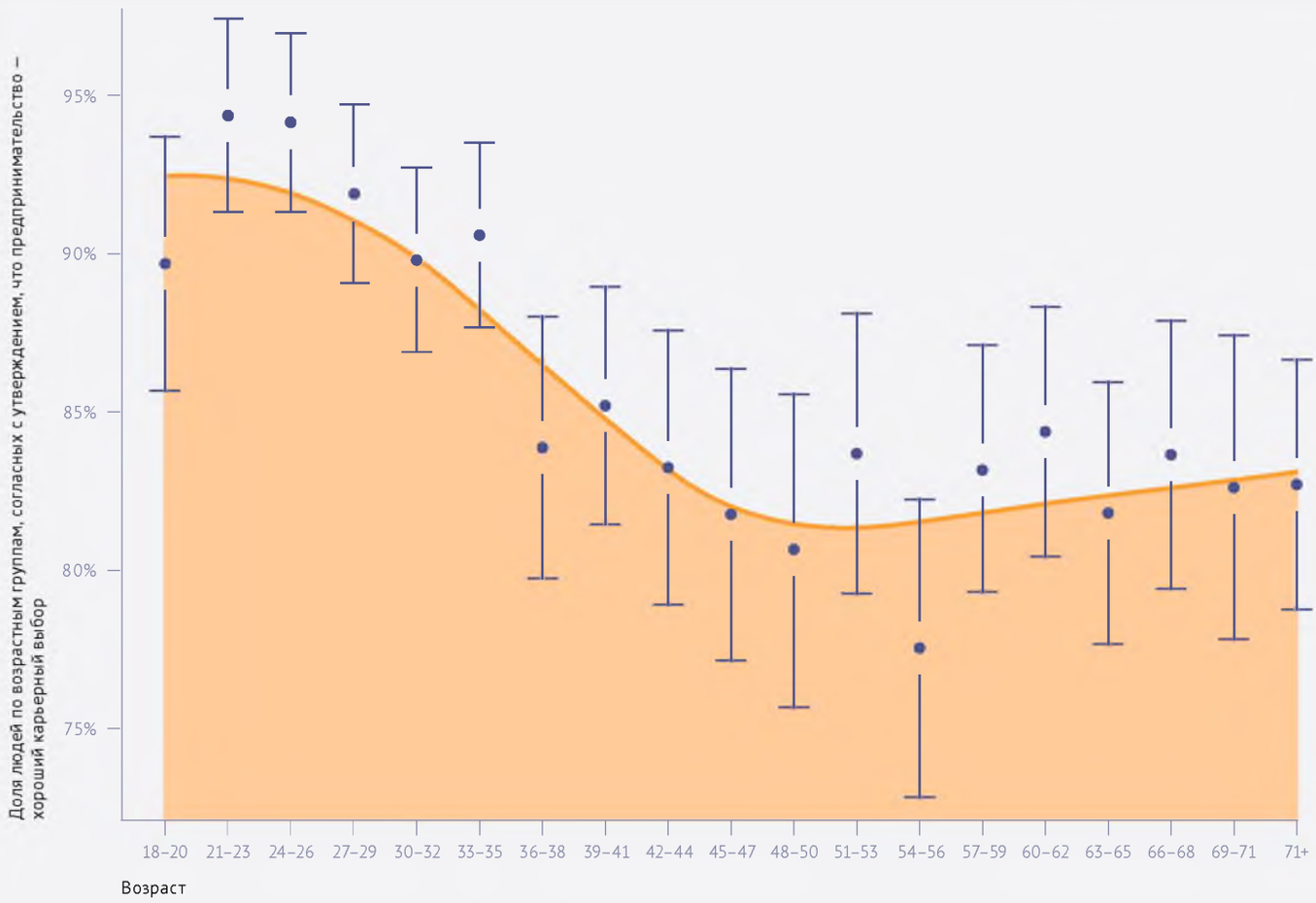
По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 10.11
Доля согласных с тем, что большинство людей в России считает предпринимательство хорошим карьерным выбором

составляет 39%[14]. Среди владельцев бизнесом — 35%[15], что, тем не менее, ставит Россию по этому показателю на 2-е место из 57 стран. Однако по интегральному индексу женского предпринимательства от «Mastercard», учитывающему в т.ч. знания, доступ к финансовым ресурсам, условия для ведения предпринимательства (включая отношение к женщинам-предпринимателям), — Россия в 2018 г. занимала лишь 34-е место из 57, что говорит о значительном потенциале для развития женского предпринимательства в России.

Результаты опроса в регионах показывают, что при прочих равных условиях[16] женщины чаще мужчин отвечают, что предпринимательство — хороший карьерный выбор, и чаще соглашаются, что большинство людей в России считает так же. Кроме того, они в два раза реже описывают предпринимателя сло-

14 Women in Business and Management. Данные по России за 2012 г.
15 Mastercard Index of Women Entrepreneurs, 2018.
16 По результатам регрессионного анализа.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Точки на графике показывают долю людей в соответствующей возрастной группе, считающих, что предпринимательство — хороший карьерный выбор. Возрастные группы выделены по трехлетним интервалам (люди в возрасте от 18 до 20, от 21 до 23 лет и т.д.). Люди в возрасте старше 71 года объединены в одну группу. Минимальное число наблюдений в группе — 225. Для каждой точки отражен доверительный интервал на 95%-ном уровне значимости (вероятность того, что в этом промежутке окажется истинное значение для генеральной совокупности). Кривая построена с помощью локально-линейной непараметрической модели (loess regression) и показывает зависимость мнения о привлекательности карьеры предпринимателя от возраста.

Рисунок 10.12
Связь между возрастом и мнением о том, что предпринимательство — хороший карьерный выбор

вами/словосочетаниями с негативной коннотацией (Таблица 10.2).

Однако при ответе на вопрос о наличии планов по открытию собственного дела в ближайшие три года наблюдается противоположная картина: о наличии подобных планов заявили 44% мужчин и лишь 18% женщин. Ситуация характерна для всех регионов, а наибольший «разрыв» фиксируется в Ростовской области (49% мужчин и 13% женщин планируют открыть бизнес в ближайшие три года). Наименьший — в Новгородской области: 36% и 13% соответственно[17] (Рисунок 10.13).

Мнения людей, работающих в сфере технологического предпринимательства, о причинах явления разделились. Первое объяснение (упомянутое как мужчинами, так и женщинами) заключалось в том, что различия в уровне предпринимательской активности — следствие разных гендерно окрашенных моделей поведения.

«И, как правило (и это не мои выводы), у мужчин и женщин разный тип мышления. И получается, что женщины более эмоциональные и импульсивные, они от души как-то действуют, а у мужчин логика, четкие цифры, скорость реакции. Я думаю, что просто женщины объективно проигрывают».

(Из экспертного интервью, респондент — женщина)

Другое объяснение — социокультурные шаблоны. В российском обществе традиционно большое значение имеет семья. Через семью транслируются одобряемые установки и модели поведения. Социальная роль женщины-предпринимателя непривычна и воспринимается окружающими с подозрением.

Распространенные в обществе убеждения относительно роли женщины и ее способностей к ведению бизнеса (в том числе в экспертной среде) ограничивают желание, готовность и возможности тех, кто потенциально был бы готов реализовать себя в предпринимательстве — в том числе и технологическом. Поддержка женского предпринимательства, работа с общественным мнением, демаргинализация темы — то, что может активизировать еще одну точку роста предпринимательства в России.

«БИЗНЕС — НЕ ЯСЛИ»: ДОЛЖНО ЛИ ГОСУДАРСТВО ПОДДЕРЖИВАТЬ БИЗНЕС?

Высокая дистанция власти, патерналистские настроения, низкая инициативность, высокая роль окружения

17 Метаанализ исследований (подробнее см. [Земцов, 2018]) показывает, что, с одной стороны, работа на себя может привлекать женщин возможностью работать по гибкому графику. С другой стороны, сложность совмещения работы с ведением домашнего хозяйства сокращает возможности по «запуску» своего дела.

Таблица 10.2
Связь социально-демографических факторов с отношением к предпринимательству и предпринимателям

	Человек описал предпринимателя/ бизнесмена словом с негативной коннотацией logistic (1)	Число упомянутых слов с положительной коннотацией при описании предпринимателя/бизнесмена OLS (2)	Согласие с утверждением, что предпринимательство — хороший карьерный выбор logistic (3)	Есть планы по открытию собственного дела в ближайшие три года logistic (4)
Женщины	-0,915*** (0,162)	0,312*** (0,033)	0,223** (0,091)	-0,746*** (0,068)
Возраст	0,018*** (0,005)	-0,004*** (0,001)	-0,021*** (0,003)	-0,041*** (0,002)
Проживание в городе с населением 50–250 тыс. человек	-0,178 (0,208)	0,064 (0,045)	0,086 (0,116)	0,117 (0,101)
Проживание в городе с населением более 250 тыс. человек	-0,271 (0,178)	0,079** (0,039)	-0,065 (0,103)	0,255*** (0,085)
Среднее образование	0,168 (0,342)	0,130* (0,077)	0,260 (0,192)	-0,196 (0,168)
Среднее специальное	0,004 (0,332)	0,235*** (0,074)	0,090 (0,181)	-0,263 (0,161)
Неполное среднее	0,258 (0,348)	0,476*** (0,077)	-0,141 (0,192)	-0,021 (0,165)
Constant	-2,671*** (0,506)	0,816*** (0,128)	2,100*** (0,303)	1,311*** (0,278)
Учитывается регион	Да	Да	Да	Да
Учитывается доход	Да	Да	Да	Да
Наблюдения	5808	5808	5707	5745

*p<0,1; **p<0,05; ***p<0,01.
Рассчитано на данных регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

В модели 1 зависимая переменная принимает значение 1, если человек использовал при описании предпринимателя/бизнесмена слова с отрицательной коннотацией (используется логит-модель). В модели 2 зависимая переменная — количество слов с положительной коннотацией, которое использовал респондент при описании предпринимателя/бизнесмена (использовалась OLS-модель). В модели 3 зависимая переменная принимает значение 1, если человек согласился с утверждением «предпринимательство — хороший карьерный выбор» (использовалась логит-модель). В модели 4 зависимая переменная принимает значение 1, если у респондента есть планы открыть бизнес в ближайшие три года (использовалась логит-модель). Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием. Регрессии учитывают влияние дохода и региона опроса. В скобках приведены стандартные ошибки.

при принятии решений и спрос на государственную поддержку — социокультурные особенности, затрудняющие реализацию в России предпринимательских намерений.

По данным опроса в регионах, проведенного в 2018 г., 74% респондентов соглашались с тем, что сложно начать собственный бизнес из-за недостатка финансовой поддержки, 65% — из-за сложных административных процедур, 63% — из-за недостатка знаний и умений. Согласно исследованию «Ipsos», 66% россиян считают, что государство должно поддерживать предпринимательскую активность в стране, и только 20% согласились с тем, что государство прилагает достаточно усилий в этом направлении[18]. Означает ли это, что государство должно расширять поддержку бизнеса, и если да, то какого рода?

Большинство экспертов было единодушно в том, что сейчас в России действует достаточное количество мер поддержки бизнеса. Более того, доминирует мнение, что государственные меры для действующих компаний не обязательны: бизнес сам сможет определить своего покупателя и выбрать путь, по которому развиваться[19].

«А всякие меры поддержки — они, конечно, интересны, но совсем малышам... прям вот совсем малышам. Но как только у компании появились первые продажи — все, по идее, она уже почувствовала „запах крови“ и уже должна сама куда-то дальше бежать».

(Из экспертного интервью)

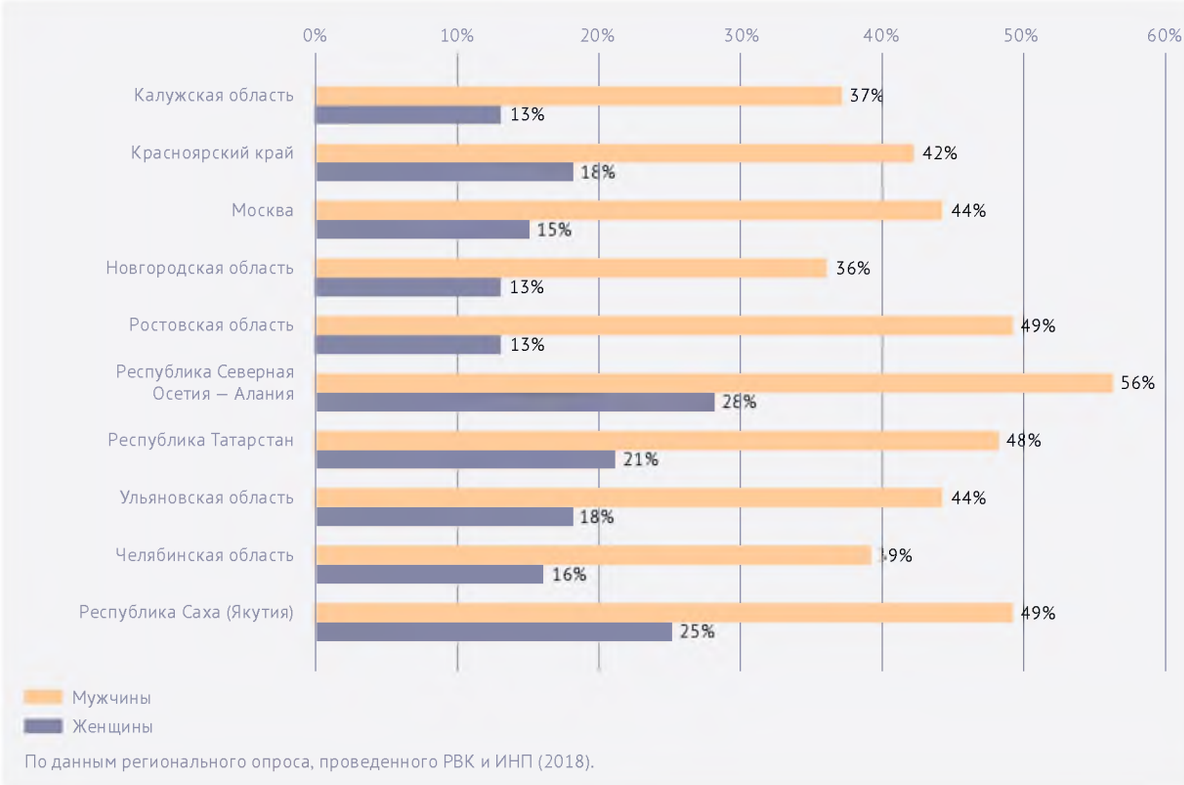
Однако есть три направления, где, по мнению экспертов, деятельность государства полезна. Во-первых, это образовательная, консалтинговая и экосистемная деятельность на ранних этапах формирования проектов. Эти услуги могут предоставляться на базе формирования «раскрученных» пространств, одновременно аккумулирующих людей с предпринимательскими ценностями и предоставляющих образовательные и консалтинговые услуги.

«Наверное, максимальная польза может быть от образовательной деятельности, но правильной. То есть обучать [вести] проекты, курировать их. Но не государством, а экспертами, которых государство может нанимать для проектов. То есть не давать деньги, а давать им экспертизу».

(Из экспертного интервью)

18 Entrepreneurialism. The Emergence of Social Entrepreneurialism to Compete with Business Entrepreneurialism, 2018.

19 Неэффективность прямой господдержки компаний малого и среднего бизнеса подтверждается и исследованиями по теме (см., например: [Баринова, Земцов, 2019]).



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 10.13
Предпринимательские намерения у женщин и мужчин — региональные различия («Предполагаете ли вы — самостоятельно или вместе с другими — в течение следующих трех лет организовать новый бизнес?»)

«И, в первую очередь, надо консалтинговые услуги оказать. Потому что и в [...], и в России в целом достаточное количество институтов развития: инкубаторы, акселераторы, которые предоставляют достаточно приемлемые условия для роста своего бизнеса. Просто чаще всего, я думаю, процентов в 70 люди не знают, куда пойти, куда обратиться».

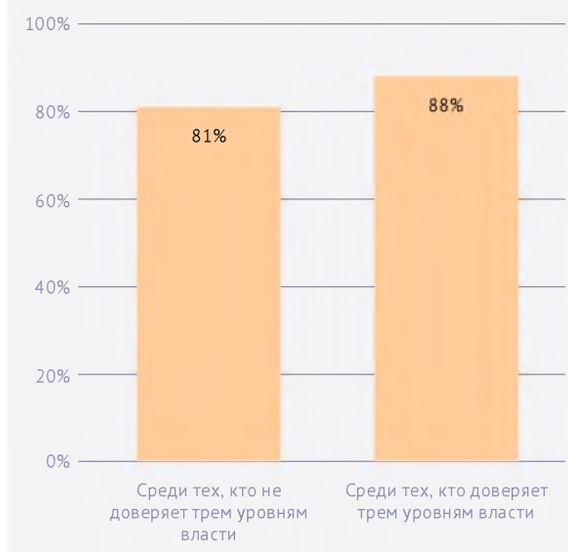
(Из экспертного интервью)

Во-вторых, это формирование нормативного поля и неизменных правил игры. 64% жителей России считают, что не стоит начинать свой бизнес, если существует риск его отъема или захвата. Стабильные правила игры и защищенные права собственности важны для формирования ожиданий бизнеса и принятия решений об инвестициях. Роль нормативно-правовой базы особенно высока на рынках с высокой долей госзакупок, а также на тех рынках, где требования к продукции жестко регламентируются (например, медицинские услуги).

«Есть правила игры. Представьте, вы заходите и вам говорят: правила игры такие. Вы только начинаете в них играть, а вас сразу нахлобучивают на всю катушку. То есть правила [есть], но они не работают. И тут вы начинаете играть не по правилам, начинаете опасаться всего, от всего перестраховываться, защищаться или, наоборот, вести себя агрессивно. Потому что правила, которые не работают, рождают турбулентную среду, в которой непонятно, как себя вести. В такой среде ни один предприниматель развиваться не будет».

(Из экспертного интервью)

Подтверждает справедливость экспертного мнения и количественный опрос: чем выше у человека институциональное доверие (федеральной, региональной и муниципальной властям), тем чаще он согласен с утверждением, что предпринимательство — хороший карьерный выбор[20] (Рисунок 10.14). Высокое качество институциональной среды и, как следствие, доверие государству, правилам игры — важное условие ведения предпринимательской деятельности.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Показан процент согласных с утверждением «Я считаю, что открытие своего дела — хороший карьерный выбор». Респондент попадал в группу тех, кто доверяет трем уровням власти, если выбирал варианты «Скорее доверяю» или «Полностью доверяю» в ответе на каждый из вопросов «Насколько вы доверяете...» 1) Правительству РФ; 2) Региональным органам власти; 3) Муниципальным органам власти. Респондент попадал в группу тех, кто не доверяет трем уровням власти, если выбирал варианты «Скорее не доверяю» или «Полностью не доверяю» в ответе на каждый из тех же вопросов.

Рисунок 10.14
Доля людей, считающих, что предпринимательство — хороший карьерный выбор.

20 Результат устойчив даже при учете различий в социально-демографических характеристиках. Различия статистически значимы на 5%-ном уровне.

В-третьих, для развития предпринимательства важно формирование в обществе культуры неудачи, провала (failure culture), понимания, что неудача — нормальное явление на пути к предпринимательскому успеху. В частности, по данным «Стартап Барометра» (2018), 63% основателей бизнесов уже имели негативный опыт, связанный с провалом бизнеса или его закрытием[21]. При этом, по данным всероссийского опроса, 54% россиян в настоящее время считают, что не стоит начинать новый бизнес, если есть риск провала/неудачи. В этой связи образовательные и просветительские программы, показывающие, что неудачи в предпринимательстве — нормальное явление, могут дать положительный эффект.

«Знаете, чего еще люди боятся? Ошибок. Люди боятся сделать ошибку. И у нас почему-то считается, что если ты пробовал сделать бизнес, и у тебя не получилось, то все плохо».

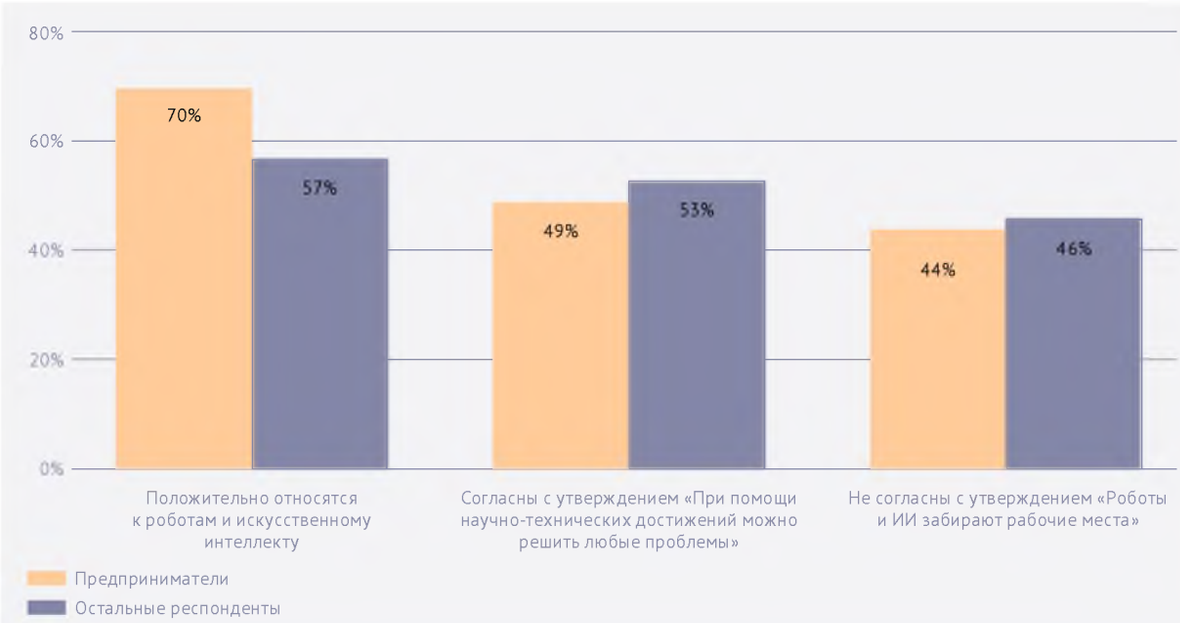
(Из экспертного интервью)

УРОВЕНЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОПТИМИЗМА СРЕДИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

По результатам опроса в регионах, от 4,7% (в Калужской области) до 8,1% (в Москве) заявили, что являются предпринимателями. При этом сравнение предпринимателей с остальными респондентами в выборке показывает, что они значительно лучше относятся к роботам и искусственному интеллекту (см. Рисунок 10.15). Это может свидетельствовать о готовности предпринимателей использовать высокотехнологичные решения. Положительное восприятие технологий теми, кто уже занимается предпринимательской деятельностью, — важный драйвер для технологизации бизнеса в России (разумеется, при создании необходимых экономических условий — в частности, поддержания качественной институциональной среды, доступности технологий и наличия стимулов у предпринимателей). Кластерный анализ показал, что доля потенциальных технологических предпринимателей (т.е. доля тех, кто планирует открыть свое дело в ближайшие три года и одновременно положительно относится к роботам и искусственному интеллекту) составляет 20%, что говорит о дополнительном потенциале развития технологического предпринимательства в России в ближайшие годы (Рисунок 10.16).

На Рисунке 10.17 отображена доля потенциальных технологических предпринимателей по сферам деятельности[22]. Ожидаемо, больше всего потенциальных технологических предпринимателей работает в сфере ИКТ (41%), затем — в торговле (36%) и строительстве (35%). Несмотря на разный характер деятельности, эти сферы объединяет незначительная доля государственных фирм и высокая конкуренция. Меньше всего «потенциальных технологических предпринимателей» в преимущественно бюджетных сферах: здравоохранении (10%), образовании (14%), ЖКХ (16%), системе государственного управления (17%)[23].

Ценностный профиль потенциального технологического предпринимателя отличается более низкой дистанцией власти, более высоким индивидуализмом, более высокой напористостью и более низким избеганием неопределенности (Рисунки 10.18–10.19). Потенциальные технологические предприниматели чаще склонны поступать по-своему, использовать передовой



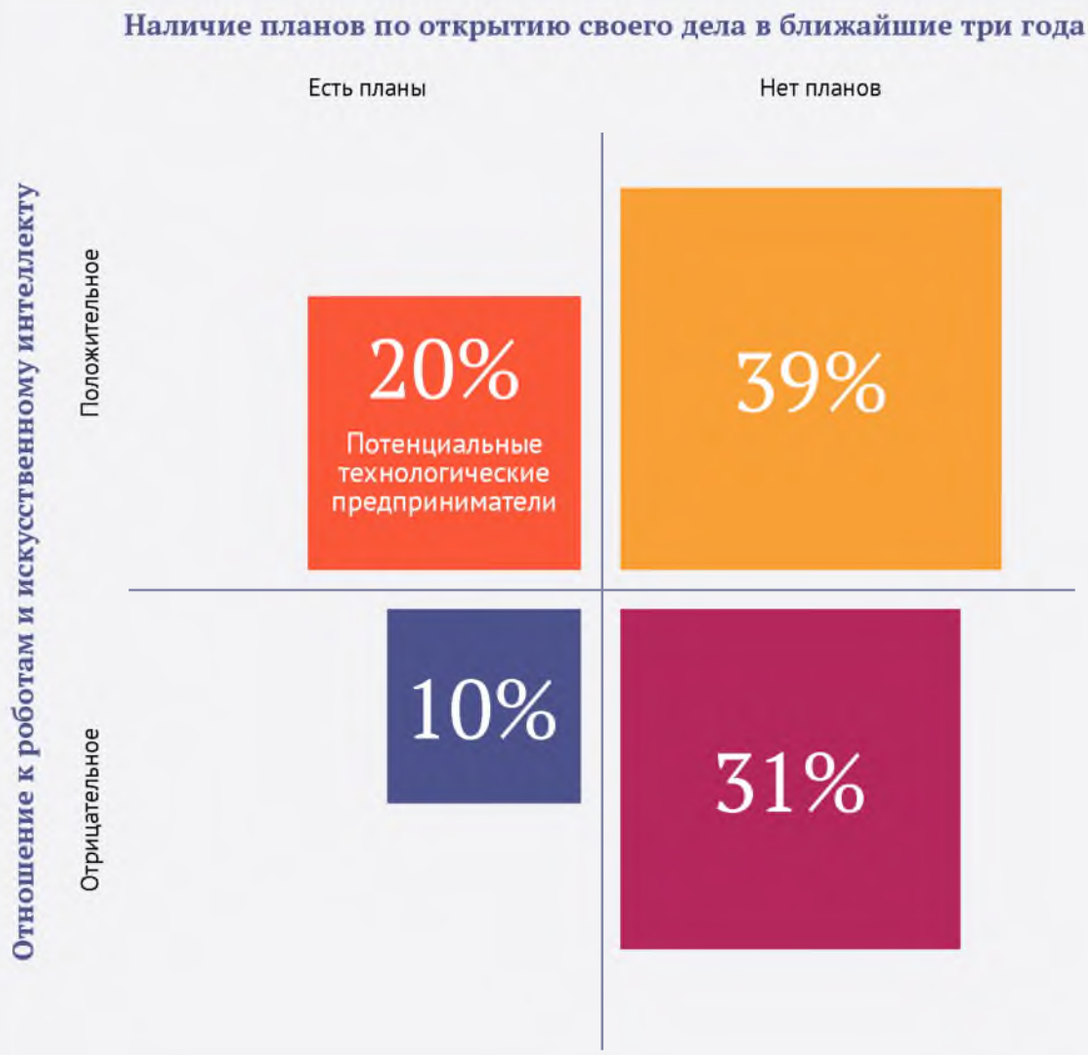
По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 10.15 Отношение к технологиям предпринимателей в сравнении с остальными респондентами

21 Стартап Барометр, 2018.

22 Отражены отрасли, в которых опрошено минимум 30 респондентов. Опрос не является репрезентативным в отраслевом разрезе.

23 Различия между сферами деятельности сохранялись при регрессионном анализе с учетом пола, возраста, образования, дохода, размера населенного пункта и региона проживания респондента.



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Отношение к роботам и искусственному интеллекту выявлялось по вопросу «В целом, вы относитесь очень положительно, скорее положительно, скорее негативно или очень негативно к роботам и искусственному интеллекту?». Наличие планов по открытию бизнеса — по вопросу «Предполагаете ли вы — самостоятельно или вместе с другими — в течение следующих трех лет организовать новый бизнес?».

Рисунок 10.16
Кластеры населения по их отношению к предпринимательству и технологиям

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018).

Рисунок 10.17
Доля потенциальных технологических предпринимателей по сферам деятельности

опыт и новые решения, меньше боятся неопределенных ситуаций[24]. Культура, приветствующая горизонтальный характер отношений, освобождающая человека от давления коллектива и окружающих, позволяющая конкурировать и создающая толерантное отношение к новым ситуациям, будет с большей вероятностью способствовать появлению технологических предпринимателей[25]. Декларирование подобных ценностей компанией может способствовать процессу самоотбора людей, имеющих потенциал предпринимательства в сфере высоких технологий.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Вопреки распространенному мнению, российское общество положительно относится к карьере предпринимателя, но при этом недооценивает положительное отношение к предпринимательству в обществе в целом. В этой связи при запуске информационных и образовательных программ предпочтительны:

- Популяризация данных социологических опросов о том, что подавляющее большинство россиян положительно относится к предпринимательству, в особенности среди потенциальных и будущих предпринимателей — школьников и студентов (например, по данным исследования РВК и ИНП, проведенного в 2018 г., 83% респондентов считает предпринимательство привлекательным карьерным треком; 30% планируют в ближайшие три года открыть собственное дело).
- Распространение социальной рекламы, целевой аудиторией которой являются родители, учителя и администрация учебных заведений начального и среднего (в т.ч. профессионального) образования о том, что предпринимательство — хороший карьерный трек для ребенка.
- Популяризация площадок для развития компетенций, соответствующих профессиям будущего, в т.ч. технологического предпринимателя (детские технопарки «Кванториумы», «Атлас профессий» АСИ и т.д.); повышение доступности таких площадок для разных социальных слоев, жителей разных территорий, в т.ч. за счет развития онлайн-компоненты.
- Нацеливание информационных программ прежде всего на группы населения, располагающие большими возможностями для ведения предпринимательской деятельности, но сильнее подверженных стереотипам о непривлекательности предпринимательства в России (жители крупных городов, люди с высшим образованием).
- Использование термина «предприниматель» при необходимости вызвать ассоциации, связанные с социально одобряемыми характеристиками (трудолюбивый, ответственный, честный). Использование термина «бизнесмен» в случаях, когда необходимо акцентировать внимание на статусности и финансовой привлекательности такой деятельности.
- Проведение оценки эффективности существующих информационных кампаний и медиаресурсов для продвижения предпринимательства.
- Экспериментальная проверка эффективности новых информационных и образовательных программ для разных аудиторий (случайным образом часть слушателей участвует в стандартной программе, часть — в измененной).

Рисунок 10.18 Характеристики Хофстеде кластера потенциальных технологических предпринимателей и остальных

Рисунок 10.19 Иные культурные характеристики кластера потенциальных технологических предпринимателей и остальных (доля респондентов, согласных с утверждениями)

Учитывая положительное отношение женщин к предпринимательству и одновременно низкий уровень их предпринимательских намерений, важное направление — популяризация женского предпринимательства в России, включая:

24 Различия по всем перечисленным характеристикам между потенциальными технологическими предпринимателями и остальными опрошенными остаются значимыми на 1%-ном уровне после корректировки на различия в социально-демографическом составе кластеров. Отметим, что кластер людей, имеющих предпринимательские намерения, но отрицательно относящихся к новым технологиям, не отличался по характеристикам Хофстеде от остальных опрошенных на статистически значимом уровне.

25 О роли неформальных институтов в предпринимательской активности см., например: Urbano, Alvarez, 2014; Knörr, Alvarez, Urbano, 2013.

- Проведение социологических исследований, направленных на выявление ключевых стереотипов в обществе относительно женского предпринимательства и источников (в т.ч. медийных) их формирования и закрепления.
- Демаргинализацию темы женского предпринимательства в публичном дискурсе (в т.ч. за счет создания авторитетных ассоциаций женщин-предпринимателей (аналог FRAUEN unternehmen в Германии[26]), проведения регулярных мероприятий в сфере женского предпринимательства (аналог National Women's Enterprise Day в Ирландии[27]).
- Проведение информационных кампаний, не противопоставляющих «женское» предпринимательство «мужскому», а рассматривающих их на равных.
- Развитие инфраструктуры, позволяющей женщинам совмещать предпринимательскую работу с воспитанием детей (коворкинги с детскими комнатами и т.д.).
- Проведение информационных кампаний и популяризация кейсов, демонстрирующих, что предпринимательство не мешает созданию семьи и рождению детей.
- Популяризацию женского предпринимательства в общественном сознании через книги, журналы, видеоролики, сериалы, в которых в роли предпринимателей выступают как мужчины, так и женщины.
- Запуск вирусных роликов и социальной рекламы, направленной на создание привлекательного образа женщины предпринимателя (для повышения эффективности таких роликов необходимо проводить предварительную оценку эффектов, создаваемых ими, на целевой аудитории с использованием экспериментальных методов).
- Популяризация женского предпринимательства через систему образования — уроки и курсы по предпринимательству в школах и вузах (в т.ч. за счет разбора примеров успешных женщин-предпринимателей).
- Включение в детские книги, посвященные выбору профессий для девочек, примеров женщин-предпринимателей.

Высокий патернализм российского населения вместе с высоким избеганием неопределенности и низким социальным капиталом определяют спрос предпринимателей на снижение издержек ведения бизнеса и коммуникации, включая:

- Снижение издержек поиска и доступа к качественной информации, за счет:
  - Использования магазина верных решений АСИ[28] для доступа к наиболее эффективным региональным практикам и применение их с учетом региональной (в т.ч. социокультурной) специфики[29].
  - Использования регионального стандарта НТИ для доступа к перечню лучших российских и международных практик регионального развития, а также определения перечня шагов по развитию НТИ в конкретном регионе.
  - Учета регионального экспортного стандарта для развития экспортной деятельности компании в т.ч. с учетом региональной специфики.
  - Создания в регионах служб «единого окна» по взаимодействию с бизнесом и/или при их наличии — перенимание лучших имеющихся практик.
  - Ведения единых реестров различных программ поддержки инноваций и предпринимательства на региональном уровне[30] по аналогии с Москвой[31].
  - Создания четких инструкций и чек-листов с действиями по открытию и ведению бизнеса в конкретном регионе.
- Обеспечение доступа к качественной экспертизе за счет:
  - Создания и поддержки консультационной службы по вопросам ведения бизнеса.
  - Создания и популяризации площадок аналогичных «Точкам кипения», на которых начинающие и практикующие предприниматели могли бы обмениваться опытом.

Высокое избегание неопределенности, отсутствие развитой failure culture определяет необходимость смягчения этого барьера для занятия предпринимательством, в т.ч. за счет:

- Снижения социальных последствий банкротства[32].
- Реализации образовательных и информационных программ, разъясняющих, в чем состоит суть венчурного рынка, почему неудача для предпринимателя не приговор, а шаг на пути к будущему успеху.
- Инфраструктурной поддержки предпринимателей предоставления возможности рефинансирования кредитов и продажи «плохих активов», обеспечения доступа к программам переобучения и работе с ментором для анализа причин провала и др.
- Информационных кампаний, объясняющих, что большинство стартапов/венчурных проектов терпит неудачу (и это нормальное явление), но при этом удачные проекты приносят значительные выигрыши.
- Изменения нормативного регулирования для смягчения последствий ошибок и «демпфирования» цены риска — например, за первое несерьезное нарушение, выявленное у бизнеса, выносить предупреждение, а не штраф[33].

26 https://www.existenzgruenderinnen.de/DE/Vernetzung/Frauen-unternehmen/frauen-unternehmen_node.html.
27 https://www.localenterprise.ie/Enable-Enterprise-Culture/National-Women-s-Enterprise-Day/.
28 Магазин верных решений АСИ. (https://asi.ru/store/).
29 Региональный экспортный стандарт. (https://www.exportcenter.ru/company/region_standard/).
30 Аналог — портал SOLVIT Еврокомиссии. (http://ec.europa.eu/solvit/).
31 Поддержка от Москвы. (https://www.mbm.ru/informatsiia/podderzhka/).
32 В частности, в Австралии государство в рамках программы развития инноваций снизило длительность постбанкротного периода до одного года. (https://www.industry.gov.au/data-and-publications/national-innovation-and-science-agenda-report). В странах ЕС также принимаются меры по снижению постабанкротного периода, однако пока инициатива в работе. (https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795: FIN: EN: PDF).
33 Подобные практики применяются, например, в Ульяновской области.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS-, логит- и loess-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью и фокус-групп с респондентами, представляющими население среднего (Великий Новгород) и крупного (Москва) города России в возрасте 31–45 и 60+ лет. Фокус-группы были проведены компанией «Ipsos-Comcon».

Социокультурные характеристики по методике Гирта Хофстеде[34]

Дистанция власти — степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти.

Индивидуализм характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В коллективистских обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность.

Напористость характерна для конкурентных сообществ, ценящих достижительность, материальную награду за успех. Гибкость характерна для обществ, где предпочтение отдается кооперации, скромности, заботе о слабых, обеспечению достойного качества жизни для всех.

Избегание неопределенности — степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций.

Долгосрочная ориентация характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость.

Гедонизм характерен для обществ, в которых достаточно свободно удовлетворяются основные и естественные человеческие потребности, связанные с наслаждением жизнью и получением удовольствия. Умеренность характерна для обществ, в которых потребности, связанные с удовольствием и развлечениями, в той или иной степени подавляются в силу строгих социальных норм.

34 В русскоязычной литературе показатель «напористость/гибкость» также зачастую переводится как «маскулинность/феминность». В оригинале — masculinity/feminity, что при переводе на русский язык подчеркивает гендерный аспект, который не является определяющим. Поэтому в данном отчете используется термин напористость/гибкость, отражающий смысловой перевод данного фактора Г. Хофстеде. Также показатель «гедонизм» зачастую переводится как «терпимость» или «потворство желаниям» (в оригинале — indulgence/restraint). Во избежание путаницы при переводе терминов в данном отчете используется смысловой перевод «гедонизм/умеренность».

БИБЛИОГРАФИЯ

Баринова В.А., Земцов С.П., Царева Ю.В. (2018). Предпринимательство и институты: есть ли связь на региональном уровне в России // Вопросы экономики. № 6. С. 92–116.

Баринова В.А., Земцов С.П. (2019). Горю не поможешь: почему господдержка не спасет малые и средние компании. РБК. (https://pro.rbc.ru/demo/5c6589989a79474aedad8443?fbclid=IwAR3351Uz6r0cvWEMMqRPyYtvSwsID2JCEeDoruAM0gVt-SnuvJPLHZMocg8).

Магазин верных решений АСИ. (https://asi.ru/store/).

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства — Россия 2018/2019». (2018). ВШМ СПбГУ.

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства — Россия 2016/2017». (2016). ВШМ СПбГУ

Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России. (2019). ВЦИОМ. (https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2019/Predprinimatelstvo2019.pdf).

Поддержка от Москвы. ГБУ Малый бизнес Москвы. (https://www.mbm.ru/informatsiia/podderzhka/).

Региональный экспортный стандарт. (https://www.exportcenter.ru/company/region_standard/).

Стартап Барометр 2018: Исследование рынка технологического предпринимательства в России. (2018). (http://media.rbcdn.ru/media/reports/Startup_Barometer_2018.pdf).

Ясин Е.Г., Чепуренко А.Ю., Буев В.В., Шестоперов О.М.. (2004). Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее. М.: Новое издательство.

Automation in Everyday Life. (2017). Pew Research Center. (https://www.pewinternet.org/2017/10/04/automation-in-everyday-life/).

Entrepreneurialism. The Emergence of Social Entrepreneurialism to Compete with Business Entrepreneurialism. (2018). Ipsos. (www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-10/entrepreneurialism-2018-global-report.pdf).

Entrepreneurship 2020 Action Plan: Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. (2013). (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52012DC0795).

Fritsch M., Falck O. (2007). New Business Formation by Industry Over Space and Time: A Multidimensional Analysis // Regional Studies. Vol. 41. № 2. P. 157–172.

Fritsch M., Storey D.J. (2014). Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges // Regional Studies. Vol. 48. № 6. P. 939–954.

Global Entrepreneurship Monitor, Global Report 2018/19. (https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report).

Global Entrepreneurship Monitor, Global Report 2016/17. (https://www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report).

Knörr H., Alvarez C., Urbano D. (2013). Entrepreneurs or Employees: A Cross-Cultural Cognitive Analysis // International Entrepreneurship and Management Journal. Vol. 9. № 2. P. 273–294.

Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE). (2018). Mastercard. (https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf).

National Innovation and Science Agenda Report. Commonwealth of Australia, Department of the Prime Minister and Cabinet. (2015). (https://www.industry.gov.au/data-and-publications/national-innovation-and-science-agenda-report).

SOLVIT. European Commission. (http://ec.europa.eu/solvit/).

Stuetzer M., Obschonka M., Schmitt-Rodermund E. (2013). Balanced Skills among Nascent Entrepreneurs // Small Business Economics. Vol. 41. № 1. P. 93–114.

The Global Innovation Index 2018: Energizing The World With Innovation. (https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report).

Thornton P. H., Ribeiro-Soriano D., Urbano D. (2011). Socio-cultural Factors and Entrepreneurial Activity: An Overview // International Small Business Journal. Vol. 29. № 2. P. 105–118.

Urbano D., Alvarez C. (2014). Institutional Dimensions and Entrepreneurial Activity: An International Study // Small Business Economics. Vol. 42. № 4. P. 703–716.

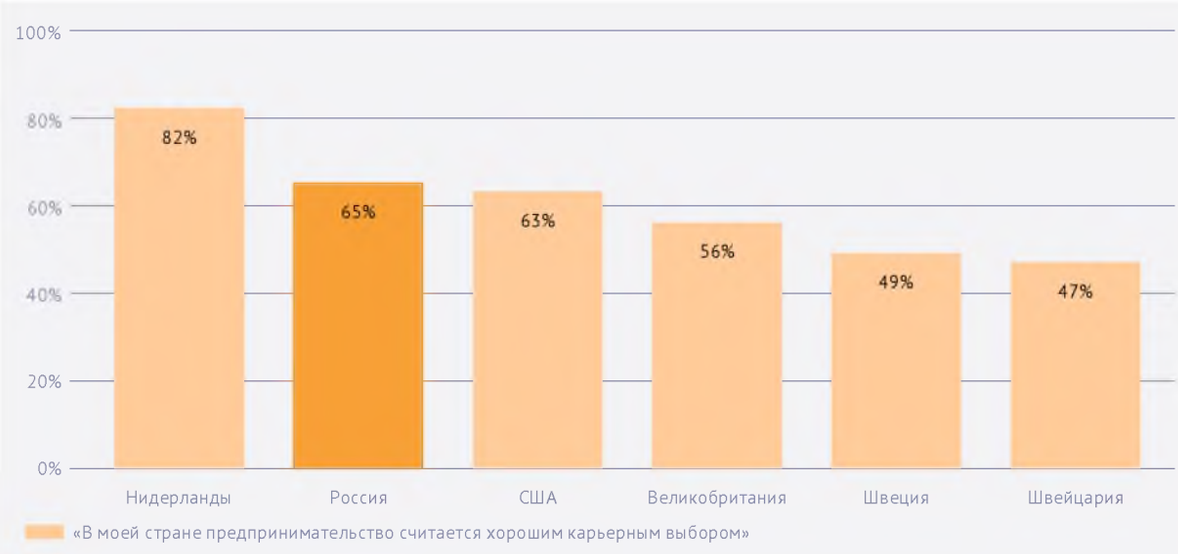
Women in Business and Management: Gaining Momentum. (http://www.ilo.org/global/publications/ilobookstore/order-online/books/WCMS_316450/).

11. ОБУЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ: КОГО, ЧЕМУ И КАК УЧИТЬ?

Результаты социологических исследований последних лет демонстрируют положительное отношение к предпринимательству в России: восприятие частных предпринимателей улучшается в последние годы[1], и россияне даже чаще, чем жители развитых стран, считают предпринимательство привлекательной карьерой (Рисунок 11.1, подробнее см. главу 10 «„Умный, целеустремленный, честный“»: предпринимательство — привлекательный карьерный трек?»).

Положительное отношение к предпринимательству — значимая точка опоры для развития инновационной активности в России. Однако одного этого недостаточно для запуска предпринимательской деятельности. По данным репрезентативного опроса, проведенного в 2018 г. (подробнее — см. врезку в конце главы), 64% россиян считают предпринимательство хорошим карьерным выбором, но уже только 30% имеют планы по открытию своего дела в ближайшие три года[2], и только 6,6% заявили, что они являются предпринимателями.

По данным опроса, ключевые факторы, блокирующие или затрудняющие открытие своего бизнеса, — ресурсный (нехватка финансовой поддержки), институциональный (незащищенность прав собственности и сложные бюрократические процедуры) и социокультурный страх неудачи (Рисунки 11.2–11.3). Среди них непосредственно нехватка знаний и умений не главная причина, мешающая развивать собственный бизнес.



По данным Global Entrepreneurship Monitor, 2018[3], Россия — по данным всероссийского опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). В качестве стран-бенчмарков для сравнения с Россией берется топ-5 стран по среднему значению Global Innovation Index за пять лет (2014–2018).

Рисунок 11.1
Предпринимательство как хороший карьерный выбор: Россия на уровне ведущих инновационных экономик

1 Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России, 2019.

2 Достаточно высокие предпринимательские намерения в текущем исследовании могут объясняться, в частности, вынужденным предпринимательством. По данным GEM, в 2018 г. в России доля вынужденных предпринимателей составляла 39,9%. Это означает, что предпринимательство может рассматриваться как альтернативный работе по найму источник получения доходов. Примечательно, что на близкий вопрос, задаваемый GEM в 2018 г., «Планируете ли вы в ближайшие три года открыть бизнес, всем или частью которого вы будете владеть?», только 5,1% опрошенных респондентов по России давали утвердительный ответ. Вероятно, при такой формулировке респонденты не включали в понятие «бизнес» самозанятость и некоторые формы индивидуального предпринимательства (подробнее см. главу 10 «„Умный, целеустремленный, честный“: предпринимательство — привлекательный карьерный трек?»).

3 Важно отметить ограниченную сопоставимость данных в силу специфики методики сбора данных в двух опросах. В рамках GEM опрашивается выборка, репрезентирующая россиян в возрасте 18–64 лет. Опрос проводится методом face-to-face. В опросе в рамках текущего исследования опрашивалась выборка, репрезентирующая россиян в возрасте 18+ лет. Опрос проводился методом телефонного опроса.

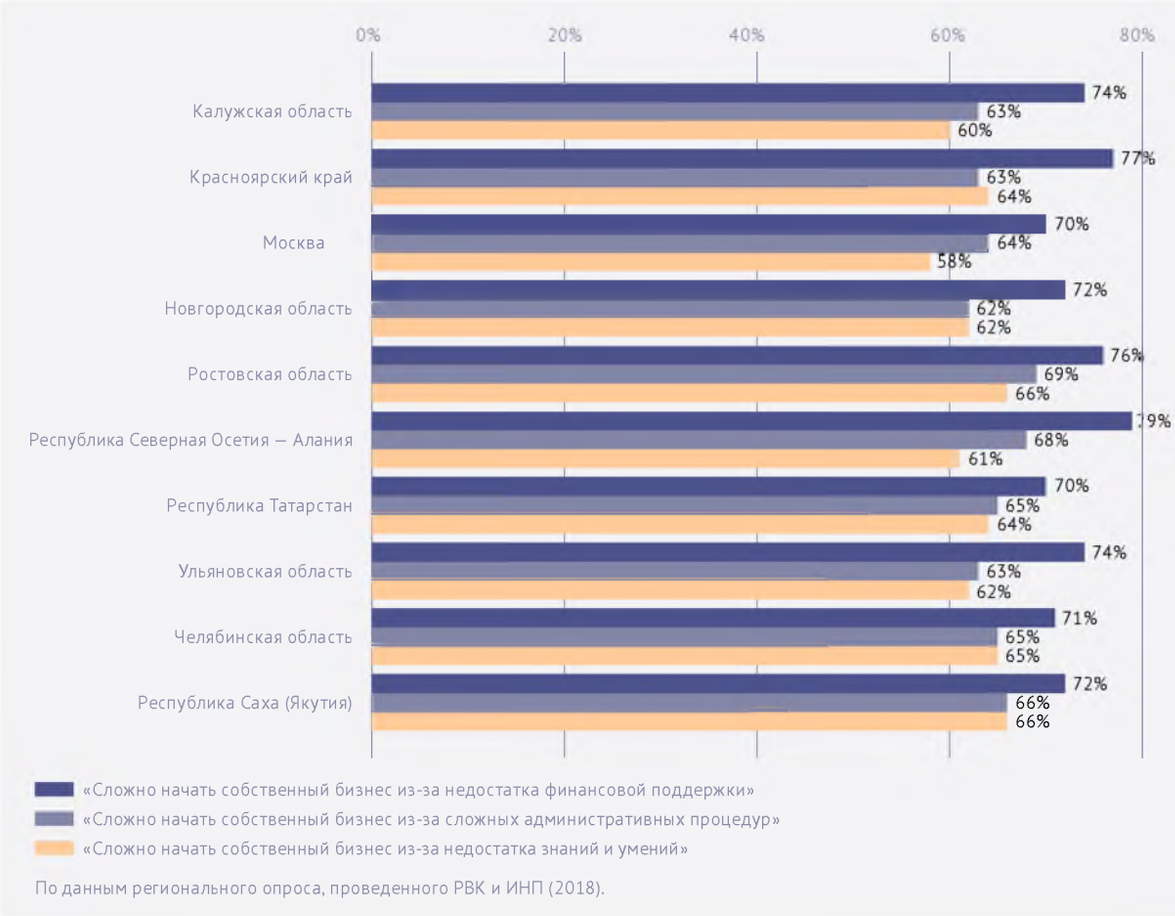


Рисунок 11.2
Восприятие барьеров предпринимательства («Сложно начать собственный бизнес...», % согласных и полностью согласных)

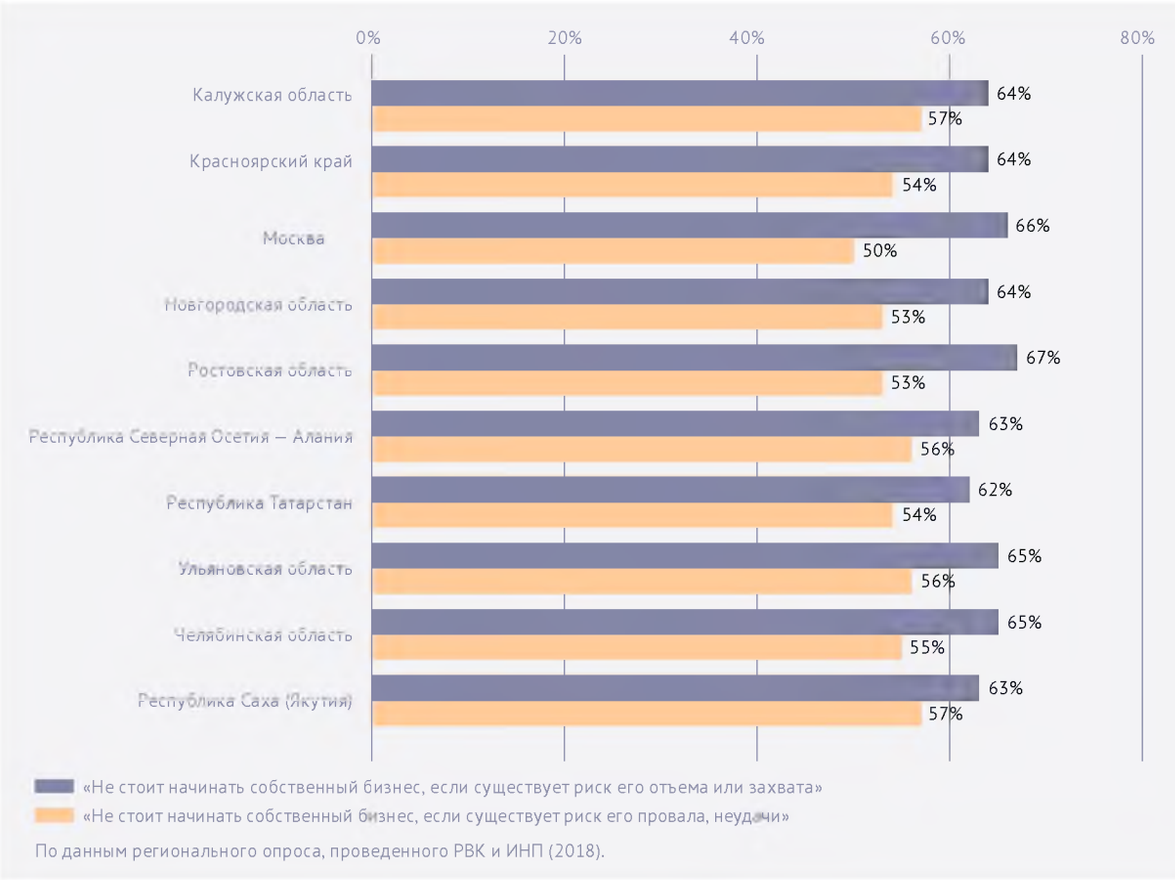


Рисунок 11.3
Восприятие барьеров предпринимательства («Не стоит начинать собственный бизнес, если...», % согласных и полностью согласных)

Однако даже среди действующих предпринимателей более 50% согласны, что сложно открыть свой бизнес из-за недостатка знаний и умений (Рисунок 11.4). Наибольший разрыв в восприятии барьеров предпринимательства между предпринимателями и остальным населением — в отношении к риску провала. Действующие предприниматели менее остро воспринимают риск неудачи в бизнесе, что также упомянули эксперты, объясняя это культурой неудач (failure culture), развитой в предпринимательском сообществе.

«Для тех, кто „в теме" проблемы отсутствия failure culture нет: неудача — это нормально. Такая проблема есть для остальной общественности».

(Из экспертного интервью)

Положительная связь между предпринимательским образованием и предпринимательской активностью подтверждается международными исследованиями [Matlay, 2008; Raposo, Do Paço, 2011]. Развитие и распространение образовательных программ приводит не только к получению необходимых знаний, снижению восприятия административных и финансовых барьеров, но и к формированию в обществе предпринимательской культуры.

Эффективные образовательные программы в сфере предпринимательства должны быть направлены как на приобретение hard и soft skills, так и на формирование предпринимательской культуры [Gibb, 1999]. Среди ценностей и установок, которые важно развивать, — ценности доверия и кооперации, инициативности, а также восприятия неудач как нормального процесса на пути к успеху (failure culture) [Wennberg, Pathak, Autio, 2013].

В долгосрочном периоде массовые образовательные программы могут приводить к формированию ценностей, поддерживающих инновации и обеспечивающих спрос на подотчетность власти и качественные институты, столь необходимые для планомерного развития предпринимательства в России.

КОГО И ЧЕМУ УЧИТЬ?

Анализ количественных данных показывает, что чаще о нехватке знаний и умений как препятствии для открытия своего дела говорят женщины, люди со средним уровнем дохода и имеющие среднее специальное образование (Рисунок 11.5). Бóльшая неуверенность женщин в собственных знаниях — феномен, наблюдаемый по всему миру [Koellinger et al., 2013], поэтому образовательные программы для женщин могут быть эффективным инструментом повышения предпринимательской активности (подробнее о женском предпринимательстве см. в главе 10 «„Умный, целеустремленный, честный": предпринимательство — привлекательный карьерный трек?»). Доступность предпринимательского образования для среднеобеспеченных групп — другой важный аспект, который должен учитываться.

Экспертные интервью с технопредпринимателями подтверждают: развитие предпринимательства и превращение его в ресурс инновационного развития требует реализации образовательных программ на разных уровнях — для действующих предпринимателей, для потенциальных и будущих предпринимателей, для общества в целом. Для действующих предпринимателей актуальны образовательные программы, восполняющие нехватку hard и soft skills — знаний в сфере получения финансирования, прохождения административных процедур, программ, а также развивающих навыки маркетинга и стыковки спроса и предложения новой продукции.

«Большая проблема — нехватка навыков маркетинга, как делать market fit».

(Из экспертного интервью)

«Днем с огнем не сыщешь профессионалов в Python. А как только они появляются, их начинают разбирать».

(Из экспертного интервью)

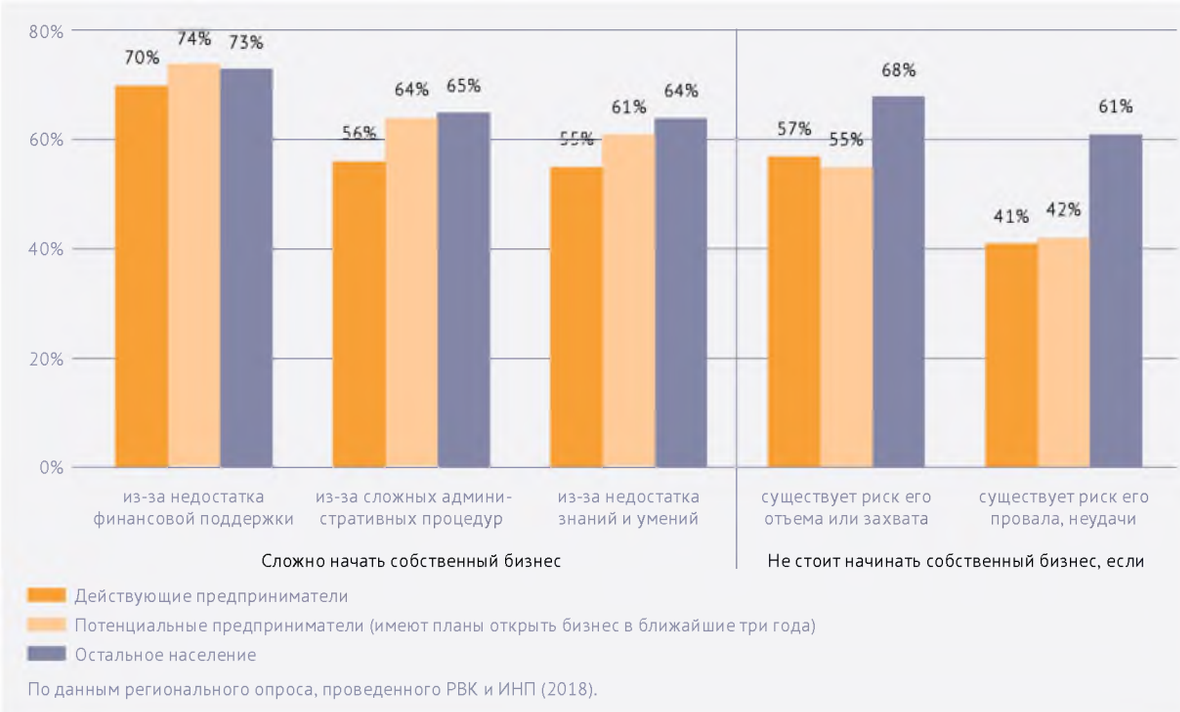


Рисунок 11.4
Восприятие барьеров предпринимательства (в разрезе действующих предпринимателей, потенциальных предпринимателей и остального населения, % согласных и полностью согласных с утверждениями)

«И если брать команду, то востребованы общие навыки: коммуникации, презентации — что-то такое, что безусловно ценится грамотными ребятами, и любой команде это нужно».

(Из экспертного интервью)

Наряду с непосредственно образовательными программами спросом могут пользоваться экспертные и консалтинговые центры[4], в которых начинающие предприниматели могли бы получить экспертную и консультационную поддержку своей деятельности.

«В России в целом достаточное количество институтов развития: инкубаторы, акселераторы и т.д., предоставляющие достаточно приемлемые условия для роста бизнеса. Но процентов 70 людей не знают, куда пойти и куда обратиться».

(Из экспертного интервью)

Программы дополнительного образования требуются как для предпринимателей, открывающих новые бизнесы, так и для потенциальных предпринимателей (только планирующих открыть свой бизнес). Причем спрос возможен как со стороны команд, чувствующих нехватку в конкретных компетенциях, так и со стороны отдельных людей, которые хотели бы развить себя или даже поменять профессию.

«Поверьте мне, дополнительное образование востребовано. То, что есть сейчас, особенно в регионах, — обычно некачественный плагиат».

(Из экспертного интервью)

Предприниматели будущего — нынешние школьники и студенты — вероятно, самая благодатная почва для реализации образовательных программ в сфере предпринимательства (в т.ч. технологического).

Результаты опроса студентов из 13 вузов, в которых АО «РВК» внедряет курс по технологическому предпринимательству, показывают: около 40% студентов планируют в ближайшее время открыть свой бизнес. Сходный уровень предпринимательских намерений фиксируется также для страты 18–30 лет на данных репрезентативного всероссийского опроса. Отметим, что результаты схожи с данными других исследований: по данным GUESSS, 51% российских студентов планирует открытие бизнеса через пять лет после выпуска, а 11% — сразу после окончания обучения[5].

Намерение в ближайшее время открыть свой бизнес в сочетании с низким (по сравнению с общероссийским показателем) страхом неудачи (Рисунок 11.6) формирует спрос на специализированные образовательные курсы.

В частности, среди 13 вузов исследования более 60% студентов (как слушающих курс по технологическому предпринимательству, разработанный при участии АО «РВК» (группа воздействия), так и не являющихся слушателями курса (контрольная группа)) считают нужным ввести в вузах на естественно-научных и техниче-

По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Если доверительный интервал (горизонтальный отрезок) не пересекает вертикальную пунктирную линию и находится от нее справа, то соответствующая переменная влияет положительно; если находится слева то отрицательно; если пересекает вертикальную пунктирную линию, то не влияет.

Рисунок 11.5
Связь социально-демографических характеристик с согласием с утверждением «Сложно начать собственный бизнес из-за недостатка знаний и умений»[6]

4 Например, «Точки кипения». (https://leader-id.ru/points/).

5 Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS), 2016

6 Использовалась логит-модель. Базовой группой (относительно которой рассматриваются коэффициенты регрессий) для показателя пола выступают мужчины, для показателей размера населенного пункта — проживающие в населенных пунктах с численностью менее 50 тыс. человек, для показателей образования — люди с неполным средним образованием, для показателей дохода — те, у кого денег не хватает даже на питание.

По данным опроса студентов, первая волна (2018); по данным всероссийского опроса (2018). Опросы проведены РВК и ИНП.

Рисунок 11.6
Восприятие неудачи в бизнесе студентами и населением в целом («Не стоит начинать собственный бизнес, если есть риск его провала, неудачи»)

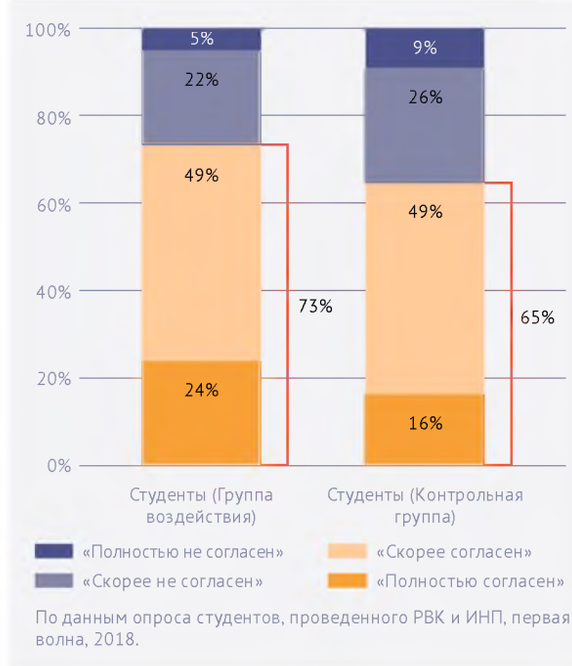
ских направлениях обязательное обучение технологическому предпринимательству (Рисунок 11.7). Включение такого курса могло бы стать первым шагом к формированию модели предпринимательского университета в России[7], что позволит создать предпринимательскую среду с вузом в центре региональной инновационной экосистемы [Земцов, Баринова, 2016].

Для развития предпринимательской культуры важно формировать в обществе положительное отношение к предпринимательству. Вертикальный канал влияния (от родителей к детям) благоприятствует этому. В среднем в 10 регионах исследования 69% опрошенных посоветовали бы своему ребенку заняться собственным делом, а не устроиться на работу по найму. Причем с каждым следующим поколением эффект усиливается: среди людей старше 60 лет — 53% посоветовали бы своим детям развивать собственное дело, а в группе 18–30 таких уже 76% (Рисунок 11.8).

На уровне школьного образования это может обеспечиваться, в частности, за счет обсуждения на уроках литературы книг, в которых представлен положительный образ предпринимателя, на уроках истории и обществознания — примеров изобретений и новых технологий (в т.ч. недавних), которые изменили жизнь людей к лучшему.

«В принципе, сами родители не способствовали тому, чтобы мы становились предпринимателями. Скорее потом мы вдохновились Говардами Хьюзами, «Атлант расправил плечи» и всем остальным. То есть нам уже стало казаться, что да, предприниматель — это та движущая сила, на которой держится мир».

(Из экспертного интервью)



По данным опроса студентов, проведенного РВК и ИНП, первая волна, 2018.

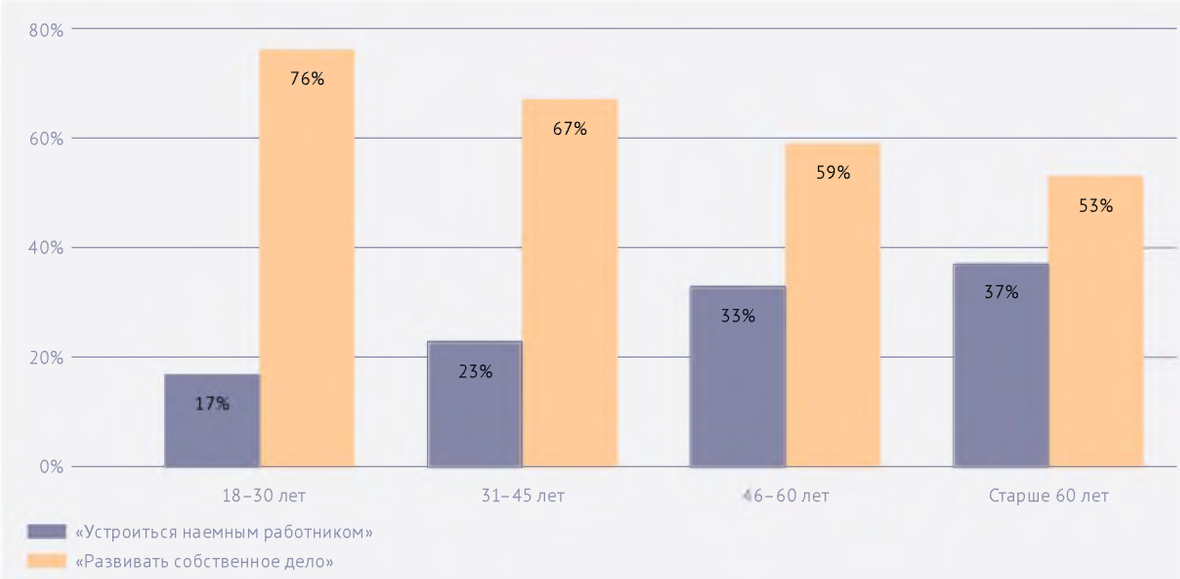
Рисунок 11.7
Запрос студентов на обучение технологическому предпринимательству («Согласны ли вы с утверждением, что в вузах на естественно-научных и технических направлениях нужно ввести обязательное обучение основам технологического предпринимательства?»)

КАК УЧИТЬ?

Обучение предпринимательству (в том числе технологическому) требует не только передачи знаний, но и формирования у слушателей необходимых soft skills и шире — ценностей и установок, поддерживающих предпринимательство. Это означает, что при проектировании образовательных программ имеет значение не только содержание и «календарно-тематический план», но и форматы обучения — подходы к преподаванию и оценке слушателей [Guiso et al., 2010; Sánchez, Ruiz 2008].

- Работа в группах, акцент на горизонтальных, а не вертикальных форматах взаимодействия будут способствовать развитию коммуникабельности и умению кооперироваться, накоплению межличностного доверия. Оценка результатов командной, а не индивидуальной работы способствует отработке навыков кооперации.
- Проектная деятельность с последовательным усложнением задач, которые стоят перед учащимися, не только способствует получению опыта про-

7 Предпринимательский университет — концепция, согласно которой университет должен быть нацелен на коммерциализацию внутренних научных исследований и включаться в производственные цепочки региона [Etzkowitz, 2004]. Похожая модель реализуется АО «РВК» в рамках проекта «Университет 20.35» (https://2035.university/).



По данным регионального опроса, проведенного РВК и ИНП (2018). Часть респондентов затруднилась с ответом на вопрос, поэтому ответы «Устроиться наемным работником» и «Развивать собственное дело» не дают в сумме 100%.

Рисунок 11.8
Привлекательность предпринимательства как карьеры в разрезе возрастных групп («Представьте, что ваш ребенок (внук) выбирает между развитием собственного дела и устройством на работу в уже существующей организации и спрашивает у вас совета. Что бы вы ему посоветовали?»)

ектной работы, но и формирует более спокойное отношение к ошибкам, понимание, что без прохождения через ошибки не будет результата.

- Ведение занятий практиками / приглашение на занятия представителей бизнеса позволяют учащимся не только получить доступ к «живому опыту», но и способствуют снижению дистанции власти между преподавателем и студентом, формированию культуры кооперации между разными группами, что особенно актуально для России.
- Использование междисциплинарного подхода в обучении будет способствовать развитию креативности обучающегося.

Причем использование подобных форматов для формирования проинновационных ценностей (доверия, кооперации, инициативности и низкой дистанции власти) может применяться не только при обучении предпринимательству, но и при обучении другим дисциплинам — как в вузах, так и в школе. Это особенно важно, учитывая, что школа и университет — ключевые механизмы формирования ценностей [Аузан, 2013].

«В России нет культуры командной работы — люди очень плохо объединяются в группы для достижения целей. Как выход — больше проектной деятельности в образовании».

(Из экспертного интервью)

«Важно, чтобы ученик воспринимал ошибки не как свидетельство его некомпетентности или основание для смены вида деятельности, профессии, а как самый ценный опыт, который он может получить».

(Из экспертного интервью)

«В школах и вузах с точки зрения преподавания предпринимательства — ужас. Есть мнение, что некий преподаватель может прочитать курс, не являясь предпринимателем. Естественно — к ним нет доверия. Поэтому важно привлекать практикующих предпринимателей. Он даже не должен быть успешным, но он должен быть предпринимателем».

(Из экспертного интервью)

Постепенно в России открываются образовательные проекты, использующие инновационные модели образования. Среди прочих — Университет НТИ «20.35»[8], «Школа 21»[9], Технологическая школа «ОРТ»[10] и другие. Масштабирование лучших практик — следующий шаг для улучшения системы образования.

УЧЕНИЕ VS. ПРОСВЕЩЕНИЕ

В странах с невысоким индивидуализмом общественное мнение — значимый фактор принятия решений [Srite, Karahanna, 2006]. Это означает, что распространение образовательных и просветительских программ важно не только в среде практикующих или будущих предпринимателей, но и среди широкой аудитории.

По данным нашего опроса в 10 регионах, более 50% считают, что не стоит начинать бизнес, если есть риск провала или неудачи. Причем, учитывая негативное отношение к неудачам в целом и склонность людей к согласию с фактами, которые подтверждают их точку зрения (смещение к подтверждению), истории провалов чаще замечаются и раскручиваются.

Возможное решение — распространение просветительских материалов о сути венчурной культуры или материалов, «сглаживающих» информацию о неудачных предпринимательских проектах. Важно показывать, что успех в предпринимательстве часто приходит через неудачи: предприниматели, чей предыдущий бизнес провалился, добиваются успеха чаще, чем предприниматели-новички [Gompers et al., 2006].

Население России достаточно позитивно относится к новым технологиям (возможно, в силу советского прошлого или низкого институционального и межличностного доверия). Вместе с тем, высокое избегание

8 https://2035.university/.
9 https://21-school.ru/.
10 http://1540.ort.ru/.

неопределенности заставляет людей с опаской относиться к новому. Это естественно. Закономерный ответ — просветительские программы, формирующие позитивное отношение к технологическому предпринимательству. В частности, посредством:

- проведения массовых мероприятий, связанных с развитием технологического предпринимательства (например, в рамках «Года изобретателя»);
- популяризации научных статей и научно-популярной литературы в области технологического предпринимательства;
- распространения экспертных обзоров и интервью, посвященных новым технологиям;
- распространения вирусных маркетинговых роликов, направленных на привлечение внимания к отдельным технологиям и технопредпринимателям в принципе.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

Во-первых, необходимо обеспечить доступ населения к качественным образовательным программам и консультационным услугам в сфере предпринимательства, а также площадкам, позволяющим обмениваться релевантным опытом, включая:

- создание дистанционных программ обучения, повышающих доступность образовательных программ для жителей разных регионов;
- создание консультационных центров по ведению бизнеса в регионах, дающих возможность консультироваться и обучаться «вне отрыва от производства» и реальных проектов;
- создание площадок для сотрудничества гуманитарных (менеджмент, маркетинг, юриспруденция и т.п.) и технических специалистов в рамках инновационных проектов;
- поддержку существующих проектов по обучению предпринимательству[11];
- позиционирование разных образовательных площадок для предпринимателей через демонстрацию их «ценностной» направленности для объединения единомышленников: например, ЗОЖ, образование, социальная ответственность и др.

Во-вторых, важно обеспечить высокий стандарт преподавания массовых курсов по предпринимательству в школах и вузах (по аналогии с курсом, разработанным при участии АО «РВК»). Обеспечение высокого качества таких курсов должно включать в себя:

- переподготовку преподавателей, читающих курс;
- контроль содержания программы курса и используемых форматов работ со слушателями (проектная работа, преобладание горизонтальных форматов взаимодействий и др.);
- проведение конкурсов бизнес-проектов, в которых команды школьников (студентов) разрабатывают бизнес-планы/бизнес-модели под кураторством преподавателей;
- привлечение к ведению занятий действующих предпринимателей, способных рассказать о своем опыте, в том числе неудачном.

В-третьих, необходимо проводить широкие информационно-образовательные программы, направленные на повышение приятия предпринимательских неудач (failure culture) среди широких слоев населения, в т.ч. через СМИ, школьную литературу и т.д.

В-четвертых, реализовывать меры, направленные на усиление взаимодействия бизнеса и образования, в т.ч. за счет:

- масштабирования модели университетских инкубаторов во все вузы и регионы;
- введения «стартап-практик» — предоставления возможности студентам проходить преддипломные практики и стажировки в стартапах при университетских бизнес-инкубаторах;
- стимулирования крупного и среднего бизнеса создавать базовые кафедры в региональных вузах, обеспечивая стыковку исследовательских интересов студентов и бизнеса;
- организации конкурсов исследовательских работ по темам, интересующим региональный бизнес.

11 Например: https://dasreda.ru/, https://www.business-class.pro/.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Социокультурные данные, используемые в анализе, собраны (если не указано иное) в ходе организованных в рамках исследования количественных социологических опросов по выборкам, репрезентирующим по полу, возрасту, типу населенного пункта и уровню образования (а) население 10 регионов Российской Федерации (Калужская область, Красноярский край, Москва, Новгородская область, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия — Алания, Республика Татарстан, Ростовская область, Ульяновская область, Челябинская область) и (б) население Российской Федерации в целом. Принципы отбора регионов для исследования приведены в главе 1 «Как устроено исследование». Социокультурные данные в большинстве случаев замеряются по методологии Хофстеде [Hofstede, 2001], использован опросник (values survey module, VSM) 2013 г.

Региональный (6028 респондентов; не менее 600 респондентов на регион) и общероссийский (2036 респондентов) опросы проводились в октябре-ноябре 2018 г. методом телефонного интервью по квотной стратифицированной выборке, комбинированной с отбором респондентов по случайным телефонным номерам. Сбором и первичной обработкой данных занималась компания «Ipsos-Comcon».

Ошибка выборки для общероссийского опроса составляет 3%, для регионального — 4%. Выводы о региональных различиях и связях между социально-демографическими характеристиками и ценностями делаются, если регрессионный анализ показал наличие статистически значимых различий на 5%-ном уровне значимости. При написании главы использовались OLS- и логит-модели.

Верификация результатов количественных социологических опросов, дополнительные интерпретации и выводы получены в ходе глубинных экспертных интервью.

БИБЛИОГРАФИЯ

Аузан А. А. (2013). Миссия университета: взгляд экономиста // Вопросы образования. № 3. С. 266–286.

Земцов С.П., Баринова В.А. (2016). Смена парадигмы региональной инновационной политики в России: от выравнивания к «умной специализации» // Вопросы экономики. № 10. С. 65–81.

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства — Россия 2018/2019». (2018). ВШМ СПбГУ.

Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России. (2019). ВЦИОМ. (https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2019/Predprinimatelstvo2019.pdf).

Etzkowitz H. (2004). The Evolution of the Entrepreneurial University // International Journal of Technology and Globalisation. Vol. 1. № 1. P. 64–77.

Gibb A. (1999). Creating an Entrepreneurial Culture in Support of SMEs // Small Enterprise Development. Vol. 10. № 4. P. 27–38.

Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS). National Report Russia. (2016). Graduate School of Management. (www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Russia_e.pdf).

Gompers P., Kovner A., Lerner J., Scharfstein D. (2006). Skill vs. Luck in Entrepreneurship and Venture Capital: Evidence from Serial Entrepreneurs // National Bureau of Economic Research. WP No. w12592.

Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2010). Civic Capital as the Missing Link // Handbook of Social Economics. Vol. 1. P. 417–480.

Koellinger P., Minniti M., Schade C. (2013). Gender Differences in Entrepreneurial Propensity // Oxford Bulletin of Economics and Statistics. Vol. 75. № 2. P. 213–234.

Matlay H. (2008). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Outcomes // Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 15. № 2. P. 382–396.

Raposo M., Do Paço A. (2011). Entrepreneurship Education: Relationship between Education and Entrepreneurial Activity // Psicothema. Vol. 23. № 3. P. 453–457.

Sánchez A.V., Ruiz M.P. (2008). Competence-based Learning. A Proposal for the Assessment of Generic Competence. Bilbao: University of Deusto.

Srite M., Karahanna E. (2006). The Role of Espoused National Cultural Values in Technology Acceptance // MIS Quarterly. Vol. 30. № 3. P. 679–704.

Wennberg K., Pathak S., Autio E. (2013). How Culture Moulds the Effects of Self-efficacy and Fear of Failure on Entrepreneurship // Entrepreneurship & Regional Development. Vol. 25. № 9–10. P. 756–780.

Приложение 2

ЦЕНТР СТРАТЕГИЧЕСКИХ РАЗРАБОТОК

ИНСТИТУТЫ И ОБЩЕСТВО

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ И УСПЕШНОЙ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ РЕФОРМ

РЭШ
ЛАБОРАТОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МНОГООБРАЗИЯ ОБЩЕСТВА

ИНСТИТУТ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

pwc

ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
РАЗРАБОТОК

ИНСТИТУТЫ
И ОБЩЕСТВО

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ И УСПЕШНОЙ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ РЕФОРМ

РЭШ
ЛАБОРАТОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ
И МНОГООБРАЗИЯ ОБЩЕСТВА

ИНСТИТУТ
НАЦИОНАЛЬНЫХ
ПРОЕКТОВ

pwc

МОСКВА
СЕНТЯБРЬ 2017

АВТОРЫ

Александр Александрович **АУЗАН**, д. э. н., профессор, декан экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, заведующий кафедрой прикладной институциональной экономики, научный руководитель Института национальных проектов.

Марина Анатольевна **АВДИЕНКОВА**, налоговый консультант, менеджер PwC в отделе по оказанию услуг государственным органам и компаниям государственного сектора.

Дарья Алексеевна **АНДРЕЕВА**, налоговый консультант PwC в отделе по оказанию услуг государственным органам и компаниям государственного сектора.

Асия Инсуровна **БАХТИГАРАЕВА**, ведущий специалист научно-методического отдела Института национальных проектов.

Виктор Аркадьевич **БРЫЗГАЛИН**, специалист отдела прикладных исследований Института национальных проектов.

Кристина Олеговна **БУТАЕВА**, младший научный сотрудник лаборатории исследования социальных отношений и многообразия общества Российской экономической школы (ЛИСОМО РЭШ), младший научный сотрудник международной лаборатории культурного разнообразия и экономического развития экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

Шломо **ВЕБЕР**, PhD, ректор РЭШ, научный руководитель ЛИСОМО РЭШ, профессор экономики Южного методистского университета (США), ведущий научный сотрудник кафедры прикладной институциональной экономики экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

Денис Витальевич **ДАВЫДОВ**, д. э. н., доцент, ведущий научный сотрудник ЛИСОМО РЭШ; ведущий научный сотрудник международной лаборатории культурного разнообразия и экономического развития экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

Антон Владимирович **ЗОЛОТОВ**, руководитель отдела прикладных исследований Института национальных проектов, член правления Ассоциации независимых центров экономического анализа.

Кирилл Михайлович **НИКИТИН**, партнер PwC в России, руководитель практики по оказанию услуг государственным органам и компаниям государственного сектора, директор центра налоговой политики экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

Елена Николаевна **НИКИШИНА**, к. э. н., генеральный директор Института национальных проектов, научный сотрудник международной лаборатории культурного разнообразия и экономического развития экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

Надежда Анатольевна **ПРИПУЗОВА**, специалист отдела прикладных исследований Института национальных проектов.

Александра Александровна **СТАВИНСКАЯ**, к. э. н., руководитель научно-методического отдела Института национальных проектов, доцент кафедры прикладной институциональной экономики экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

СОДЕРЖАНИЕ

11.....1. ВЛИЯНИЕ НА РЕФОРМЫ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ
12.....1.1. Постановка проблемы
15.....1.2. Социокультурные факторы

21.....2. СИТУАЦИЯ В РОССИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ
25.....2.1. Социокультурные характеристики по Хофстеде
32.....2.2. Социальный капитал
39.....2.3. Социокультурное разнообразие

43.....3. ГРУППЫ ПОДДЕРЖКИ И ГРУППЫ КРИТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМ
44.....3.1. Отношение к реформам
49.....3.2. Социально-демографический разрез
55.....3.3. Региональный разрез

63.....4. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ РЕФОРМ
66.....4.1. Особенности реализации реформ в России с учетом социокультурной специфики: развилки
71.....4.2. Рекомендации по развитию способствующих реформам социокультурных характеристик
88.....4.3. Рекомендации по усилению и распространению способствующих реформам социокультурных характеристик
95.....4.4. Рекомендации по формированию промежуточных институтов

107 ПРИЛОЖЕНИЯ

108 ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Определения используемых социокультурных характеристик

110 ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Обзор исследований о связи социокультурных факторов с инновационным развитием и имплементацией реформ

126 ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Исходные классификации регионов, полученные на основе анализа отдельных факторов социокультурного разнообразия

136 ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Схемы социокультурных профилей регионов

151 ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Доверие и нормы гражданской кооперации

154 ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Предложения по стимулированию инновационного развития и предпринимательства

161 ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Описательная статистика групп поддержки и групп критического отношения к институциональным преобразованиям

166 ПРИЛОЖЕНИЕ 8. Отношение к реформам разных групп населения

176 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Для подготовки данного отчета были проведены следующие социологические исследования:

Социологический опрос «Мнения россиян о реформах, направленных на достижение долгосрочных целей развития России». Репрезентативный всероссийский опрос населения проведен ВШЭ и Институтом фонда «Общественное мнение» (ООО «инФОМ») в интересах ЦСР весной 2017 г. Общий объем выборки составил 2000 респондентов.

- Опрос проводился в 105 городских и сельских населенных пунктах 55 субъектов РФ.

- Опрашивались граждане РФ в возрасте от 18 до 72 лет (режим face-to-face). Для проведения опроса была спроектирована многоступенчатая стратифицированная территориальная случайная выборка: первая ступень – отбор муниципальных районов и городских округов; вторая ступень – отбор избирательных участков; третья ступень – отбор домохозяйств. Отбор респондентов в домохозяйствах осуществлялся по полу, возрасту и ограничению по высшему образованию.

Далее в тексте обозначается как опрос «Мнения россиян о реформах».

Социологический опрос «Готовность к переменам». Репрезентативный всероссийский опрос населения проведен ВШЭ в интересах ЦСР в декабре 2016 г. Общий объем выборки составил 6000 человек.

- Опрос проводился в 170 населенных пунктах России, расположенных в 59 субъектах РФ.

- Опрашивались граждане в возрасте от 15 до 72 лет (режим face-to-face). Для проведения опроса была спроектирована многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка, репрезентирующая экономически активное население РФ: первая ступень – отбор городских населенных пунктов и сельских районов; вторая ступень – отбор избирательных участков в городских населенных пунктах и сел/деревень – в сельских районах; третья ступень – отбор домохозяйств; четвертая ступень – отбор респондента.

Далее в тексте обозначается как опрос «Готовность к переменам».

Социологический опрос «Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ» (по методике Гирта Хофстеде). Опрос проведен ООО «ИНП» в 2016-2017 г. в интересах ЦСР. Так-

же использовались данные социологического опроса «Поведенческие и институциональные предпосылки технологического развития регионов РФ» (по методике Гирта Хофстеде), проведенного коллективом авторов в составе Виктора Вахштайна, Павла Степанцова, Юлии Чурсиной и Светланы Бардиной в интересах «РВК». Общий объем выборки составил 1256 респондентов.

- Опрос проводился в 13 субъектах РФ.

- Опрашивались сотрудники, занимающие сходные позиции в организации, осуществляющей свою деятельность в финансовой сфере и имеющей филиалы во многих регионах России (анкетный опрос по гомогенной выборке, режим самозаполнения[1]).

- Для конструирования показателей использовалась методика Хофстеде [VSM, 2013]. Результаты, характеризующие относительное положение региона по каждой из характеристик Г. Хофстеде, сделаны на основе регрессионного анализа, с контролем на эффект пола, дохода, образования, места рождения респондента.

  Далее в тексте обозначается как «Опрос по методике Хофстеде».

Для описания социокультурных особенностей в России в отчете используются также страновые данные по ценностям Г. Хофстеде, данные Всемирного исследования ценностей, данные проекта «Евробарометр в России», данные АНО «Левада-центр».

Для межсекторального сравнения ценностей по Г. Хофстеде используются помимо описанных выше также дополнительные данные упомянутого исследования «Поведенческие и институциональные предпосылки технологического развития регионов РФ», проведенного в интересах «РВК».

Для построения классификации регионов с точки зрения социокультурного разнообразия также в отчете использовались вторичные данные, описывающие языковое, этническое и религиозное разнообразие, исторические особенности развития территорий, данные по электоральному поведению граждан, а также отдельные результаты научных исследований, полученные коллективом ЛИСОМО РЭШ (поддержаны грантом Правительства РФ, проект No 14.U04.31.0002), и некоторые результаты работы научного коллектива по гранту Российского научного фонда (проект No 15-18-00098).

Кроме этого, в отчете использованы результаты исследований, проведенных Институтом национальных проектов в 2015–2017 гг.

---

[1] Очного самозаполнения под контролем интервьюера (1064 анкеты из 1256 корректно заполненных, минимум 40 анкет в каждом регионе) и заочного самозаполнения (192 анкеты из 1256 корректно заполненных). Все анкеты проверялись на отсутствие признаков подлога/нарушений техники заполнения.

Используемые методы анализа данных:

- относительное положение регионов по отдельным социокультурным характеристикам, а также результаты межсекторального сравнения ценностей получены на основе **регрессионного анализа**;
- классификация регионов в соответствии с фактором социокультурного разнообразия осуществлена при помощи **сочетания количественных (формальных) и экспертных методов**, а также **контент-анализа**;
- группы поддержки и группы критического отношения к реформам выявлены на основе **факторного** и **кластерного анализа**;
- анализ результатов опросов произведен на основе **количественных статистических методов**.

Партнеры исследования

РВК

Экономический факультет
МГУ им. М. В. Ломоносова

1.

ВЛИЯНИЕ НА РЕФОРМЫ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ

1.1. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Вопрос о **причинах экономического развития разных стран** мира является одним из основных в экономической теории и в прикладном экономическом анализе. В разное время к **детерминантам экономического развития** относили географические, ресурсные, технологические, человеческие, институциональные факторы — как по отдельности, так и в различных комбинациях.

В последние десятилетия активно обсуждается роль **социокультурных факторов** (которые нередко обозначают словом «культура»[2]), включающих в себя многообразие неформальных институтов, связанных с ценностями и поведенческими установками (т. н. социокультурными характеристиками, или особенностями), разделяемыми определенным обществом и медленно меняющимися во времени. Отдельное внимание уделяется фактору социокультурного разнообразия — прежде всего этнического, лингвистического и религиозного, — под которым понимается как относительная численность и состав групп населения, выделяемых по указанным признакам, так и особенности взаимной коммуникации представителей разных групп[3].

В настоящее время выявлено существование связей между социокультурной спецификой общества и эффективностью работы формальных институтов [Alesina, Giuliano, 2015], качеством государственного управления [Licht et al., 2007], инновационным развитием [Shane, 1992; 1995], интенсивностью межстрановой торговли и уровнем прямых иностранных инвестиций [Ghemawat, 2001; Tang, 2012; Tadesse, White, 2010], эффективностью различных систем корпоративного управления [Hofstede, 2001; Trompenaars, 2012], экономическим ростом [Guiso et al., 2006; Gorodnichenko, Roland, 2011b], успешностью модернизаций [Berger, Hsiao, 1988].

---

[2] Значение слова «культура» в данном случае шире его общеупотребимой «отраслевой» интерпретации, т. е. сферы функционирования учреждений культуры.

[3] Одним из способов количественной оценки степени разнообразия общества может служить вероятность случайной встречи представителя одной из групп с членом какой-либо другой группы.

Несмотря на сравнительную молодость социокультурного подхода (он активно развивается начиная с 1980-х гг.), результатов проведенных эмпирических исследований, накопленных данных, опыта их практического применения достаточно, чтобы утверждать следующее:

- Социокультурные особенности общества (в силу их инертности) значимо ограничивают возможности по проведению институциональных преобразований, воздействуя как на скорость их осуществления, так и на саму возможность их реализации. Отдельные преобразования могут блокироваться / не восприниматься населением в силу существующих социокультурных особенностей.

- Знание социокультурных особенностей жителей той или иной территории, учет факторов социокультурного разнообразия позволяют осуществлять «тонкую настройку» реформ, дают возможность разрабатывать нестандартные институциональные решения, предназначенные для преодоления «институциональных ловушек», решения «проблемы колеи»[4] и вывода экономики на устойчивую траекторию развития.

- Учет влияния социокультурных особенностей населения и социокультурного разнообразия на экономическое развитие и процесс имплементации реформ особенно важен при проведении преобразований в многонациональных странах, а также в странах с существенными различиями в уровне развития территорий. Принятие во внимание социокультурной специфики позволяет оценить перспективность и приоритетность тех или иных реформ, необходимость и степень их адаптации к конкретному региону, характер отношения к ним населения.

- Если реформы проводятся «сверху» и особенно если они направлены на формирование/укрепление институтов, способствующих инновационному экономическому развитию (то есть предполагают значительные изменения в самых разных сферах жизни), то принятие во внимание фактора культуры позволяет избежать «социокультурного раскола» («разрыва»). Имеется в виду ситуация, когда ценностные установки реформаторов (выражающиеся как в предлагаемых ими реформах, так и в стилистике коммуникации с обществом по их поводу) вступают в конфликт с ценностями более широких общественных групп.

- Стратегия реформ, равно как и последовательность их реализации, должна учитывать существующие социокультурные особенности населения и социокультурное разнообразие, опираться на текущие ценности и поведенческие установки людей в среднесрочном периоде (для обеспечения приятия реформ населением) и способствовать желаемому ценностному сдвигу в долгосрочном периоде (для поддержания целевого вектора развития).

---

[4] «Институциональная ловушка» — неэффективная устойчивая норма (неэффективный институт), имеющая самоподдерживающийся характер. «Проблема колеи» заключается в том, что в каждый момент времени в экономике могут произойти не любые (произвольные) институциональные изменения, а лишь те, которые оказываются осуществимыми в сложившихся условиях.

- В силу сложности и комплексности процессов имплементации реформ необходимо выстраивание механизмов обратной связи, с одной стороны, учитывающих совокупность выявленных социокультурных факторов, а с другой – позволяющих контролировать особенности восприятия населением каждой отдельной реформы в динамике по мере ее имплементации.

Исходя из вышеуказанных фактов, в рамках подготовки документов стратегического развития России представляется важным:

- определить социокультурные факторы, способствующие (или препятствующие) инновационному экономическому развитию России и имплементации необходимых для этого реформ;

- определить регионы, в которых социокультурные факторы будут скорее способствовать (или скорее препятствовать) такого рода развитию и реализации соответствующих реформ;

- сформировать рекомендации по проектированию реформ с учетом социокультурной специфики населения России.

1.2. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ

Социокультурные факторы, определяемые **ценностями и поведенческими установками людей,** а также разнообразием этнических, лингвистических и религиозных групп, могут оказывать влияние на социально-экономические процессы как на микроуровне (например, в пределах одного предприятия), так и на мезо- и макроуровнях (регион и вся страна в целом). И это влияние может как поддерживать инновационное экономическое развитие, так и препятствовать ему.

Примеры влияния социокультурных факторов

Определения выделенных курсивом социокультурных факторов приведены в Приложении 1

Микроуровень

Лорен Грэхэм приводит исторический пример еще из XIX в. о влиянии социокультурных факторов на инновационное развитие и конкуренцию двух американских государственных заводов по производству оружия в Харперс-Ферри (Западная Виргиния) и в Спрингфилде (Массачусетс) [Грэхэм, 2014]. Столкнувшись с расширением спроса на свою продукцию и одновременно с более высокими требованиями к качеству, оба завода запустили модернизацию оборудования и внутриорганизационных процессов. И если в Спрингфилде новые технологии воспринимались «без малейших колебаний или беспокойства», а сотрудники «были по-деловому агрессивными и ориентированными на технический прогресс», то в Харперс-Ферри работники сопротивлялись происходящим изменениям.

Причины, по мнению Грэхэма, коренились в разном историческом прошлом: в Западной Виргинии было рабство, а в Массачусетсе нет, к тому же среди жителей последнего была широко распространена пуританская этика

со свойственными ей бережливостью, трудолюбием, практичностью и аскетичным отношением к удовлетворению своих потребностей. Соответственно, для сотрудников завода в Спрингфилде была характерна нацеленность на будущее, их не страшила неопределенность, связанная с техническим прогрессом и сменой привычного режима работы. Работники же завода в Харперс-Ферри (особенно квалифицированные мастера) скорее ценили сложившуюся социальную иерархию и оберегали закрытые цеховые принципы работы (корпоративизм), что заставляло их, с одной стороны, «гордиться своим особым статусом „оружейников-мастеров"», а с другой — «изо всех сил сопротивляться механизации производства, унификации и контролю за рабочим временем».

В результате особенности отношения работников к неопределенности, к будущему, к иерархии и к деятельности в целом, а также специфика межгрупповых взаимодействий стали одним из факторов различий в эффективности работы двух предприятий.

Мезоуровень

Один из классических примеров влияния социокультурных факторов на мезоуровне — реформа местного самоуправления в Италии в 1970–1980 гг., описываемая в работе Роберта Патнэма [Патнэм, 1996]. В ходе преобразований региональным властям был передан больший объем полномочий, что привело к совершенно разным результатам на севере и юге страны — южные регионы заметно проигрывали в эффективности местного самоуправления. По мнению Патнэма, ключевой причиной этого были именно социокультурные факторы.

Исторически обусловленный высокий уровень *бриджингового социального капитала* в северных и центральных регионах страны способствовал росту гражданской кооперации между людьми, не являющимися членами одной семьи или близкими друзьями, и выражался в большей способности к коллективным действиям в отстаивании своих интересов. Это позволяло усиливать давление на местные органы власти, получившие в результате реформы бóльшие полномочия, и постепенно повышать эффективность ее работы.

Южные регионы, напротив, характеризовались высоким уровнем *бондингового социального капитала*, который обеспечивал сплоченность и устойчивость семей или узкокорпоративных групп, но затруднял их взаимодействие друг с другом в силу низкого доверия и сосредоточенности на узких внутригрупповых интересах. Все вместе это приводило к тому, что, во-первых, группа, получавшая власть в том или ином регионе, стремилась расставить на ключевые посты своих членов и сохранить свое присутствие максимально возможное время. А во-вторых, другие группы/граждане проявляли пассивность и не могли объединиться для отстаивания коллективных интересов и смены власти на очередных выборах.

Макроуровень

Успешный модернизационный рывок Японии и «азиатских тигров» (Южная Корея, Тайвань, Сингапур, Гонконг) в немалой степени объясняется социокультурными особенностями жителей этих стран, в частности, *долгосрочной ориентацией*, особенностями конфуцианской культуры [Hofstede, 2001], на которые опирались проводимые социально-экономические и политические преобразования. Упорство и настойчивость в достижении целей (в т. ч. отложенных во времени) вместе с трудолюбием стали одной из опорных точек для быстрого развития этих стран. Наряду с технологическими и экономическими изменениями росли ценности *индивидуализма*, снижалась *дистанция власти* (промодернизационные сдвиги) [Аузан и др., 2011].

Важность учета **социокультурных факторов** подтверждается также выводами многих международных междисциплинарных исследований о влиянии социально-экономических и культурных характеристик на экономическое развитие (см. Приложение 2).

Существует множество подходов к описанию социокультурных характеристик и их последующему использованию. Эти системы характеристик могут оперировать как агрегированными сущностями (т. е. применяться к обществу в целом), так и индивидуализированными (т. е. применяться к конкретному человеку); опираться на системы как количественных, так и качественных показателей; иметь уклон в сторону как психологических особенностей поведения человека, так и менеджеристских особенностей функционирования организаций или больших, сравнительно гомогенных групп.

Для формулирования предложений по проектированию реформ с позиции социокультурных ограничений и возможностей России прежде всего необходимы такие системы социокультурных показателей, которые позволяют **количественно оценить социокультурные характеристики** той или иной группы населения. Одним из наиболее распространенных здесь является подход **Гирта Хофстеде** [Hofstede, 2001], который оперирует социокультурными характеристиками, приложимыми к коллективному субъекту — населению страны или региона.

Помимо ценностных установок (в данном случае Хофстеде), возможности и ограничения для имплементации реформ определяются такой социокультурной характеристикой, как **социальный капитал**, под которым понимается распространенность норм честности, доверия и кооперации, принятых в обществе/группе/организации.

Перечень используемых для последующего анализа социокультурных характеристик приводится ниже, их определения — в Приложении 1.

	Ценности по Хофстеде	Социальный капитал
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	• **долгосрочная ориентация** (long term orientation); • **избегание неопределенности** (uncertainty avoidance); • **индивидуализм** (individualism); • **дистанция власти** (power distance); • **маскулинность** (masculinity)	• **бондинговый социальный капитал**; • **бриджинговый социальный капитал***

Также при проектировании реформ следует принимать во внимание фактор **социокультурного разнообразия**, определяемый размером территории России, численностью ее населения и сопутствующей неоднородностью географических, климатических, социально-экономических и культурных факторов.

Особенности географической протяженности территории, исторических детерминант расселения, а также современного федеративного устройства позволяют уверенно говорить о наличии региональной специфики. При этом пространственные, демографические и социально-экономические особенности территорий далее не рассматриваются – они достаточно хорошо изучены и учитываются в управленческих практиках федеральных и региональных органов власти. Все внимание будет сосредоточено на факторах социокультурного разнообразия: этнической, лингвистической и религиозной неоднородности населения регионов России.

Важным условием корректного учета социокультурных факторов при проведении реформ является правильное сопоставление временны́х масштабов влияния отдельных факторов и применяемых управленческих воздействий. Как с теоретической, так и с практической (эмпирической) точки зрения в анализе влияния социокультурных факторов на социальное и экономическое развитие существует определенный дисбаланс временно́й координаты. По сравнению со стандартными социально-экономическими показателями, для которых условная мера на временной шкале – это год или квартал, социокультурные факторы, даже в условиях проведения активных реформ, могут оставаться достаточно устойчивыми (в предельном случае – неизменными) на протяжении более длительных периодов времени (условная мера – десятилетия).

* Для оценки бриджингового социального капитала, как правило, используется показатель обобщенного (межличностного) доверия.

Таким образом, **в контексте разработки предложений для реформ с учетом социокультурных факторов необходимо контролировать горизонт планирования преобразований и сроки ожидаемой отдачи от них:**

- В краткосрочном периоде (до 3 лет) можно лишь учитывать влияние социокультурных факторов, которые в данном случае необходимо рассматривать как неизменные («константные»), адаптируя формат, характер, сроки и способы имплементации реформ в зависимости от тех или иных выявленных социокультурных особенностей.

- В среднесрочном периоде (3–5 лет) можно предполагать небольшую вариативность отдельных социокультурных факторов, в том числе под воздействием инструментов социально-экономической политики, таких, например, как миграция, налоги и бюджетный федерализм.

- В долгосрочном периоде (от 5 лет) можно рассчитывать на успех в решении «обратной задачи»: совокупного влияния комплексных реформ на основные социокультурные факторы. Это может происходить за счет формирования ценностей, способствующих приятию реформ населением и их полноценной имплементации (см. п. 4.3). Такие ценности, в свою очередь, могут последовательно «взращиваться» системой согласованных промежуточных институтов (подробнее об этом см. п. 4.4).

Социокультурные факторы часто не имеют определяющего влияния на социально-экономическое развитие. Несмотря на это, многочисленные эмпирические исследования подтверждают факт статистически значимого влияния различных социокультурных факторов на показатели социально-экономического развития на уровне стран, отдельных регионов или даже городов, в том числе в отношении развития технологий и инноваций. Социокультурные факторы влияют на направление и характер экономического развития, набор доступных альтернатив и решений для выработки самых разных видов политик, на абрис социально-экономической системы в целом.

Таким образом, недостаточное внимание к социокультурным факторам, а тем более их игнорирование может приводить к ошибкам при принятии управленческих решений и неучету будущих последствий — как позитивных, так и негативных — реализуемых преобразований. Социокультурные факторы — своего рода маленькая гиря на весах, способная склонить чашу в одну или другую сторону, и неиспользование этой «гири», т. е. неучет социокультурных факторов, ведет к неэффективности и потерям общественного благосостояния.

2.

СИТУАЦИЯ В РОССИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ

Анализ влияния социокультурных факторов применительно к России проводится в региональном разрезе на тех данных, которые имеются в открытом доступе, а также на собственных данных, собранных в ходе полевого количественного исследования в рамках совместного проекта Центра стратегических разработок, Института национальных проектов и компании «РВК» (см. таблицу 1). Кроме того, имеющиеся данные о языковом, этническом, религиозном разнообразии населения России, исторические особенности развития отдельных регионов и данные по электоральному поведению граждан позволили сформировать комплексную классификацию регионов России с точки зрения факторов социокультурного разнообразия, состоящую из четырех групп со своими характерными чертами.

Таблица 1. Источники данных для анализа социокультурных особенностей регионов России

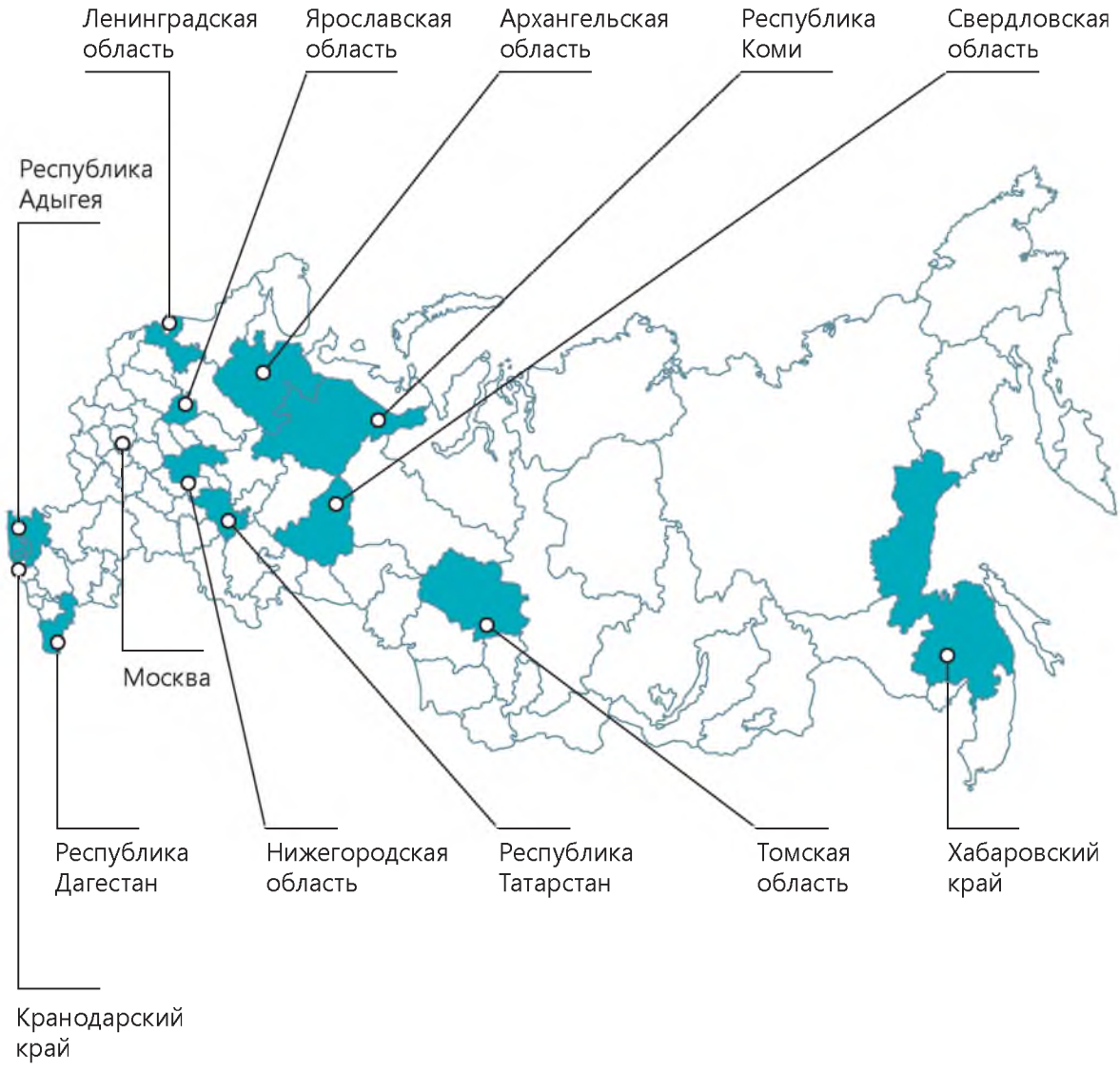
Источник	**Год**	**Социокультурные факторы**	**Регионы**
Собственные данные, собранные по гомогенной выборке	2016–2017	Ценности по Хофстеде	13 регионов
«Евробарометр»	2016	Социальный капитал	10 регионов
Всемирное исследование ценностей	2011	Социальный капитал	6 федеральных округов, а также Москва
Научные работы Лаборатории исследования социальных отношений и многообразия общества Российской экономической школы	2013–2016	Социокультурное разнообразие	Все регионы России*

* За исключением Севастополя и Республики Крым из-за отсутствия данных. Подробнее о классификациях см. в п. 2.3 и Приложении 3.

Информационная база

Собственное исследование представляло собой социологический опрос по методике Г. Хофстеде, проведенный по гомогенной выборке из 1325 сотрудников организации, осуществляющей свою деятельность в финансовой сфере[5]. География опроса представлена на рисунке 1.

Рисунок 1. География опроса в рамках собственного исследования Института национальных проектов



[5] Представляемые далее выводы сделаны на основании анализа 1256 корректно заполненных анкет.

Проект «Евробарометр в России» основан на методологии «Евробарометр» (проводится в странах ЕС с 1974 г., в России – с 2012 г.) и содержит вопросы, позволяющие оценить различные аспекты доверия и социального капитала. Регионы, охваченные опросом в рамках собственного исследования и «Евробарометра», представлены в таблице 2.

Всемирное исследование ценностей (World Value Survey, WVS) проводится примерно раз в пять лет и содержит вопросы, позволяющие оценить специфику социального капитала по шести федеральным округам и Москве.

Используемые научные работы Лаборатории исследования социальных отношений и многообразия общества Российской экономической школы (ЛИСОМО РЭШ) основаны на результатах, полученных научным коллективом по двум научно-исследовательским проектам, поддержанным грантом Правительства РФ (проект № 14.U04.31.0002) и Российским научным фондом (проект № 15-18-00098). Научный руководитель грантов – PhD, профессор Ш. Вебер.

Таблица 2. Регионы[6], участвовавшие в собственном исследовании и в исследовании «Евробарометра»

Гомогенная выборка (собственное исследование Института национальных проектов)	**Репрезентативная выборка («Евробарометр в России»)**
Город Москва	Город Москва
Архангельская область	–
Краснодарский край	Краснодарский край
Ленинградская область	Ленинградская область
Нижегородская область	Нижегородская область
Республика Адыгея	–
Республика Дагестан	Республика Дагестан
Республика Коми	–
Республика Татарстан	Республика Татарстан
Свердловская область	Свердловская область
Томская область	Томская область
Хабаровский край	Хабаровский край
Ярославская область	Ярославская область

[6] Опрос проводился в населенных пунктах с наибольшей численностью населения; по два города участвовали в опросе в Ленинградской области (Гатчина, Выборг) и в Республике Адыгея (Майкоп, п. Тульский) – в этих регионах не удалось набрать необходимое число респондентов из одного города.

2.1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПО ХОФСТЕДЕ

Согласно данным Г. Хофстеде [Hofstede, 2001], в целом для России свойственны относительно высокие дистанция власти, избегание неопределенности и долгосрочная ориентация (которая может существенно снижаться в условиях низкого качества формальной институциональной среды), относительно низкая маскулинность и индивидуализм на уровне медианного значения (см. рисунок 2). Такой социокультурный профиль может обусловливать наличие у населения патерналистских настроений и опасливое отношение к каким-либо изменениям[7].

Рисунок 2. Социокультурный профиль России

Источник: https://geert-hofstede.com

[7] Подробнее о других исследованиях, проведенных по методике Г. Хофстеде в России, см. в Приложении 4.

Методика Хофстеде предполагает проведение опроса по гомогенной выборке, позволяющей нивелировать влияние прочих факторов — в частности, пола, возраста, специфики полученного образования и профессии, устанавливаемых компанией организационной структуры и корпоративной культуры и т. д. — и осуществлять сравнение сообществ, отличающихся только страной/регионом. В силу этого ключевой результат исследований по Г. Хофстеде состоит не в непосредственном выявлении абсолютных значений социокультурных характеристик, а в определении относительного положения стран/регионов по каждой характеристике [Hofstede, 2001].

В рамках собственного исследования для обеспечения максимально корректных сравнений регионов опрос проводился среди сотрудников, занимающих сходные позиции в одной из финансовых организаций, имеющей филиалы во многих регионах России. При описании относительного положения региона по каждой из характеристик использовались результаты регрессионного анализа, контролирующего эффект пола, дохода, образования, совпадения региона проведения опроса и места рождения респондента. Для удобства восприятия информации для каждого региона в Приложении 4 приведены схемы социокультурного профиля региона на фоне медианного значения по результатам исследования.

Результаты проведенного полевого исследования свидетельствуют, что в целом вариация показателей Хофстеде в исследуемых регионах не настолько велика (не более 10 пунктов из 100[8], максимальная — для показателей избегания неопределенности и дистанции власти, минимальная — для долгосрочной ориентации), чтобы можно было говорить о принципиальных различиях в ценностях и поведенческих установках населения, проживающего в разных регионах России. Напротив, **результаты исследования позволяют говорить, что даже при существующем этническом, религиозном, социально-экономическом разнообразии общего у представителей разных регионов больше, чем различий**[9].

Тем не менее наличие статистически значимых различий в выраженности социокультурных характеристик в разных регионах позволяет осуществлять более тонкую настройку дизайна институциональных изменений и специфики их внедрения в разных регионах, что дает возможность повысить эффективность проводимых преобразований. Для каждого из показателей можно выделить крайние случаи — регионы, для которых данная ценность выражена в большей или меньшей степени (см. таблицу 3). При этом нужно учитывать, что в данном случае можно говорить о той или иной выраженности характеристики лишь относительно других исследованных регионов.

Так, среди исследованных регионов наиболее высокий уровень **дистанции власти** наблюдается в Республике Коми, Архангельской области и Хабаровском крае, наиболее

[8] При расчете показателей Г. Хофстеде значения были пронормированы по шкале от 0 до 100.

[9] В страте образованных, проживающих в крупных городах, работающих в относительно престижном секторе экономики жителей регионов России (составляющих основу нации).

низкий – в Республике Дагестан. С одной стороны, это свидетельствует о низкой вероятности реформ «снизу» в более патерналистских **Республике Коми, Архангельской области** и **Хабаровском крае** и относительно высокой – в регионе с более низким показателем дистанции власти – **Республике Дагестан**, где можно ожидать большего неприятия реформ, проводимых «сверху». С другой стороны, наиболее благоприятной средой для такого рода реформ могут оказаться как раз Республика Коми, Архангельская область и Хабаровский край, жители которых, вероятно, при прочих равных условиях будут в большей степени склонны подчиняться спущенным сверху директивам.

Наиболее высокий уровень **избегания неопределенности** характерен для **Архангельской области, Нижегородской области** и **Республики Коми**. Иначе говоря, можно ожидать, что население этих регионов при прочих равных условиях будет более негативно относиться к каким-либо изменениям и не принимать проводимые реформы, но в силу низкого социального капитала и слабо развитых норм гражданской кооперации (см. далее для Нижегородской области) – и, соответственно, низкой склонности к коллективным действиям – это неприятие, вероятно, будет носить пассивный характер. Относительно высокий уровень избегания неопределенности в этих регионах актуализирует необходимость проведения массированных информационных кампаний, разъясняющих населению выгоды и перспективы, открывающиеся в случае успешной реализации преобразований. Напротив, можно ожидать, что жители **Республики Дагестан** (наименьший показатель избегания неопределенности) – региона со значительным социокультурным разнообразием – при прочих равных условиях в большей степени готовы к изменениям; однако и вероятность блокировки изменения, к которому население не готово, выше в связи с низким уровнем индивидуализма (высоким уровнем коллективизма).

По показателю **индивидуализма** лидируют **Нижегородская область, Республика Коми** и **Краснодарский край**; в свою очередь, наиболее коллективистский регион – **Республика Дагестан**. Относительно высокий индивидуализм в Нижегородской области, Республике Коми и Краснодарском крае указывает на промодернизационность ценностных установок жителей данных регионов: они в большей степени нацелены на самореализацию, независимость, в т. ч. материальную, инновационную деятельность. Относительно высокий коллективизм в Республике Дагестан, наоборот, может обусловливать бóльшую вероятность коллективного бойкотирования (возможно, неявного) внедряемых изменений (в том случае, если население по каким-то причинам их не воспримет). Здесь в наибольшей степени актуализируется разработка системы специальных компенсирующих мер для групп, потенциально проигрывающих в процессе преобразований.

Что касается **маскулинности**, то в наибольшей степени она проявлена в **Республике Дагестан, Архангельской области, Свердловской области** и **Республике Адыгея**, в наименьшей – **в Ленинградской области** и **Республике Татарстан** (для этих регионов могут потребоваться дополнительные стимулы для реализации институциональных изменений с отложенными результатами).

По **долгосрочной ориентации** первые позиции занимают **Свердловская** и **Томская области**, последнюю – Республика Адыгея (хотя в целом разброс по данному показателю невелик – статистически значимые на 10% уровне различия наблюдаются только для этих трех регионов). Таким образом, в Свердловской и Томской областях можно рассчитывать на сравнительно бóльшую эффективность (по сравнению с другими регионами) реформ, не дающих немедленного результата: здесь население будет в большей степени готово ждать отложенных результатов, чем жители Адыгеи. Более того, в силу относительно высокой маскулинности при прочих равных условиях население Свердловской области будет в большей степени готово идти на ряд ограничений ради достижения заявленных целей. Между тем в Адыгее также, с учетом относительно высокой маскулинности, могут быть успешно реализованы краткосрочные «рывки» на основе мобилизационных усилий.

При этом стоит отдельно отметить, что в Республике Дагестан четыре показателя (кроме долгосрочной ориентации) принимают крайние значения: дистанция власти[10], избегание неопределенности и индивидуализм являются самыми низкими, а маскулинность – самой высокой среди всех исследованных регионов. Все вместе это может обусловливать необходимость проведения в данном регионе особой политики, учитывающей социокультурные особенности его населения. Полные результаты относительного положения регионов, построенного на основе регрессионного анализа, приведены в таблице 3.

[10] Низкая дистанция власти в Дагестане может объясняться наличием межпоколенческого конфликта, который, по мнению И.В. Стародубровской, стал следствием аномии, возникшей на Северном Кавказе, «когда традиционные для сельской местности регуляторы разрушились, а новые, городские, еще не сформировались» [Стародубровская, 2015].

Таблица 3. Регионы, проранжированные по степени выраженности показателей Хофстеде (от большей к меньшей)[11]

	Дистанция власти	Долгосрочная ориентация	Избегание неопределенности	Индивидуализм	Маскулинность
1	Республика Коми (6/4)	Свердловская область (1/0)	Архангельская область (6/5)	Нижегородская область (5/3)	Республика Дагестан (2/2)
2	Архангельская область (4/4)	Томская область (1/0)	Нижегородская область (6/5)	Республика Коми (3/2)	Архангельская область (2/0)
3	Хабаровский край (4/4)	Хабаровский край (0)	Республика Коми (5/4)	Краснодарский край (2/1)	Свердловская область (2/2)
4	Краснодарский край (4/1)	Краснодарский край (0)	Ленинградская область (3/1)	Ленинградская область (2/0)	Республика Адыгея (2/1)
5	Ярославская область (4/3)	Нижегородская область (0)	Республика Адыгея (2/1)	Архангельская область (1/0)	Томская область (2/2)
6	Республика Татарстан (1/0)	Республика Коми (0)	Республика Татарстан (2/1)	Свердловская область (0)	Ярославская область (2/1)
7	Москва (1/0)	Архангельская область (0)	Хабаровский край (1/0)	Республика Татарстан (0)	Республика Коми (0)
8	Нижегородская область (1/0)	Республика Татарстан (0)	Свердловская область (2/0)	Ярославская область (0)	Москва (0)
9	Свердловская область (1/0)	Ярославская область (0)	Ярославская область (3/2)	Томская область (1/0)	Краснодарский край (0)
10	Республика Адыгея (5/3)	Ленинградская область (0)	Краснодарский край (3/3)	Хабаровский край (1/0)	Хабаровский край (0)
11	Томская область (5/4)	Москва (0)	Москва (4/3)	Москва (2/1)	Нижегородская область (0)
12	Ленинградская область (5/4)	Республика Дагестан (0)	Томская область (6/3)	Республика Адыгея (4/2)	Республика Татарстан (6/3)
13	Республика Дагестан (7/5)	Республика Адыгея (2/0)	Республика Дагестан (7/6)	Республика Дагестан (5/3)	Ленинградская область (6/5)

Примечание: в скобках указано, от какого количества регионов статистически значимо (на 10% / 5% уровне) отличается данный регион.

[11] Опрос проводился в населенных пунктах с наибольшей численностью населения; по два города участвовали в опросе в Ленинградской области (Гатчина, Выборг) и Республики Адыгея (Майкоп, п. Тульский). Ранжировка регионов произведена на основе регрессионного анализа при контроле на пол, доход, образование, совпадение региона проведения опроса и региона рождения респондента.

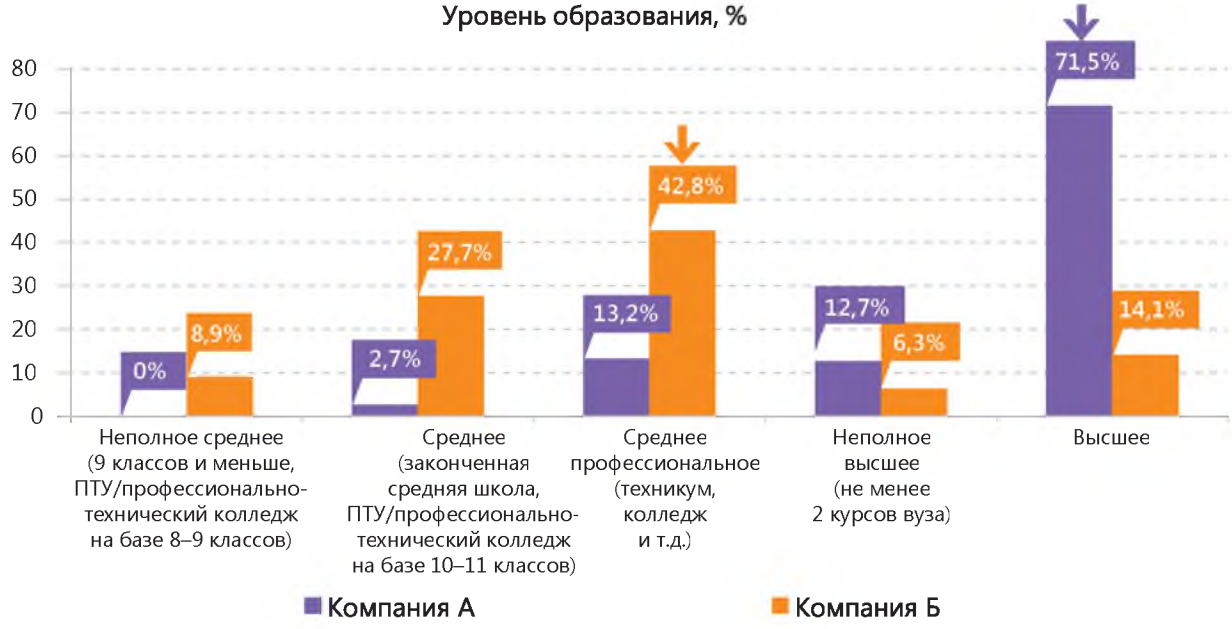
Социокультурные характеристики населения: секторальный разрез

При определении социокультурных характеристик населения отдельный содержательный вопрос состоит в выявлении не только региональных, но и секторальных социокультурных различий.

В отличие от анализа региональных особенностей, анализ секторальных различий позволяет определить близость и разрывы в социокультурных профилях людей, проживающих в одном регионе, но обладающих отличающимися социокультурными характеристиками в силу характера образования, профессиональной специфики, корпоративной культуры и т. д.

Исследование, проведенное в рамках совместного проекта Центра стратегических разработок, Института национальных проектов и компании «РВК», позволяет косвенно оценить различия в ценностях по Г. Хофстеде у сотрудников, работающих в одном регионе, но в разных сферах. В ходе исследования опрашивались сотрудники, работающие в двух компаниях: представляющей финансовый сектор и сферу розничной торговли. Как видно из рисунка 3, подавляющая доля респондентов, работающих в финансовой сфере, получили высшее образование, в то время как опрошенные, работающие в сфере розничной торговли, как правило, не имеют высшего образования.

Рисунок 3. Уровень образования респондентов в компании А (финансовая сфера) и компании Б (сфера розничной торговли)



Источник: по данным собственного исследования и исследования поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ, проведенного «РВК» при поддержке Центра стратегических разработок и Института национальных проектов

В силу значительных социально-демографических различий в выборках респондентов из двух компаний (пол, возраст, доход, образование), сравнение непосредственно численных показателей Г. Хофстеде является некорректным. Для очистки результатов от этих эффектов был проведен регрессионный анализ, учитывающий пол, возраст, доход, образование, а также совпадение региона рождения и региона работы респондента.

Результаты такого анализа показали существование статистически значимых различий по двум характеристикам. Так, при прочих равных условиях у респондентов, работающих в финансовой сфере, выше показатели маскулинности и избегания неопределенности по Г. Хофстеде. По остальным характеристикам Г. Хофстеде статистически значимые различия между представителями разных компаний не обнаружены.

Полученные результаты позволяют сделать несколько выводов.

- Отсутствуют значимые различия по медленно изменяющимся показателям дистанции власти, индивидуализма и долгосрочной ориентации [Hofstede et al., 1991; Fernandez et al., 1997; Minkov, 2011].

- Можно предположить сравнительную важность компании/сферы, в которой работает респондент, причем здесь речь может идти как о самоотборе (в определенную компанию/сферу идут люди с определенными склонностями и социокультурными характеристиками), так и об эффекте корпоративной культуры, меняющей и прививающей те или иные ценности. В частности:

  I Более высокая маскулинность респондентов, работающих в финансовой компании, может объясняться как персональными качествами людей, выбирающих работу в финансовой сфере (нацеленность на материальное благополучие и конкуренцию, а не на обеспечение определенного качества жизни, кооперацию), так и сравнительно более развитыми корпоративными стандартами, системами KPI, требующими значительной напористости и нацеленности на результат.

  II Более высокое избегание неопределенности респондентов, работающих в финансовой сфере, можно объяснить более развитой системой стандартов и инструкций, регулирующих более сложные и разнообразные рабочие функции и требующих (для выполнения KPI) их соблюдения.

Все вместе это позволяет сделать предположение, что для сравнительно легко изменяемых характеристик специфика сферы / корпоративной культуры может оказывать значимое влияние на социокультурные характеристики работников. При этом для корректировки более глубинных характеристик (например, дистанции власти, индивидуализма) требуется применение специальных мер и инструментов (пример см. в кейсе об активизации политической функции налоговой системы в п. 4.4).

2.2. СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

Социальный капитал традиционно оценивается через три компоненты: уровень доверия, нормы гражданской кооперации и участие в добровольных ассоциациях [Knack, Keefer, 1997; Putnam, 2000]. Поскольку имеющиеся данные по последнему показателю не годятся для оценки социального капитала в России (качество статистики низкое, невозможно оценить интенсивность участия в добровольных организациях), то дальнейший анализ проводится только по первым двум.

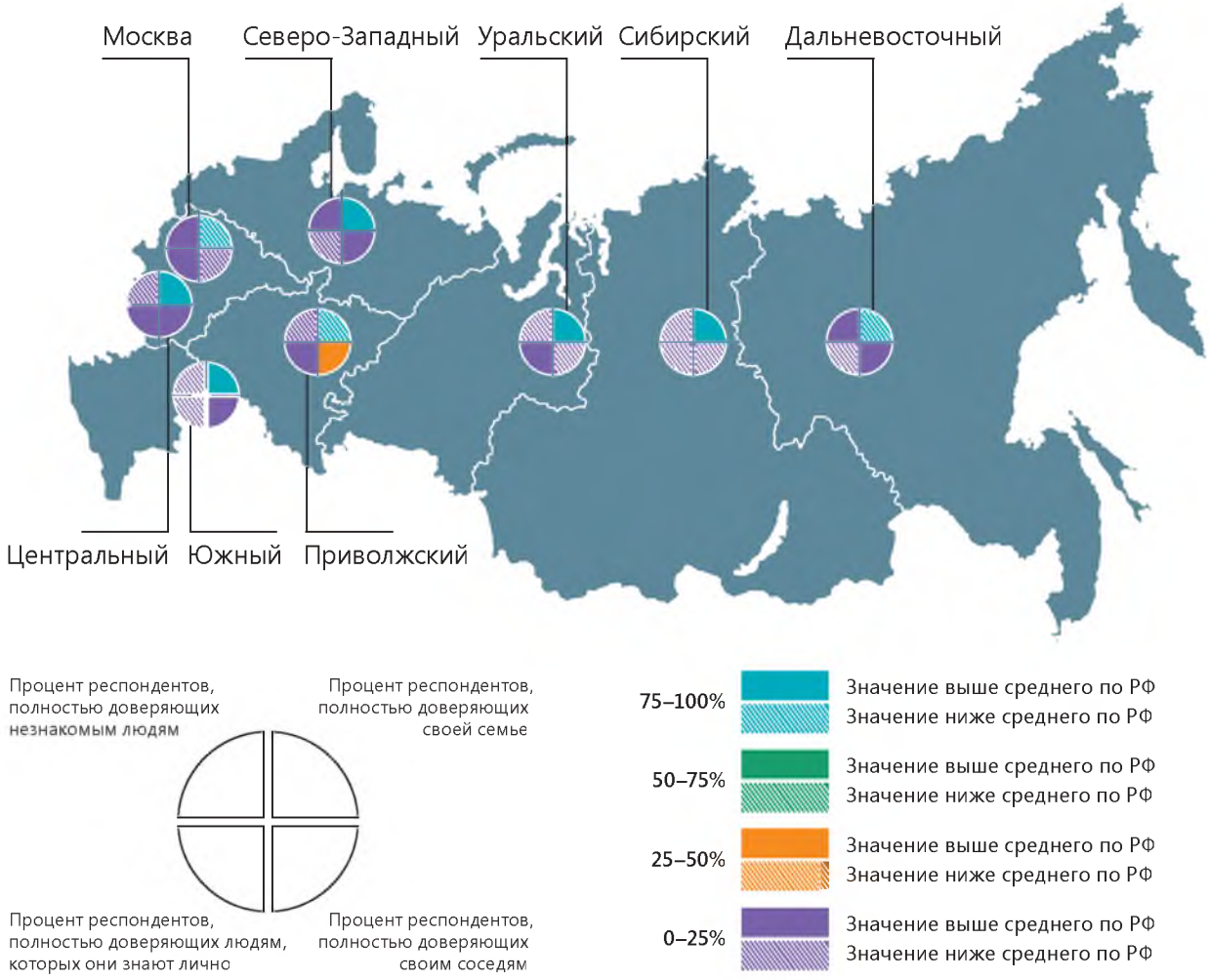
На рисунке 4 изображена специфика доверия для семи федеральных округов и Москвы. Каждому из секторов соответствует определенный вопрос из WVS, позволяющий оценить радиус доверия респондента (цвет заливки показывает, какая доля респондентов в регионе полностью согласна с соответствующим утверждением) (подробнее об уровне доверия в федеральных округах см. в Приложении 5).

Для рассматриваемых округов в целом характерен низкий радиус доверия: относительно высокий бондинговый социальный капитал при дефиците бриджингового социального капитала. Видно, что респонденты практически полностью доверяют своим семьям, но проявляют крайне низкое доверие как к соседям и людям, которых они знают лично, так и к незнакомым. Это свидетельствует, во-первых, о дополнительных трансакционных издержках, которые вынуждено нести население при осуществлении любых экономических взаимодействий, чтобы компенсировать дефицит доверия и предотвратить риск недобросовестного поведения со стороны контрагентов. Во-вторых, о сравнительно низкой склонности к кооперации. В-третьих, о сравнительно высокой инертности общества: бондинговые связи, эффективные непосредственно для членов группы, могут создавать отрицательные эффекты для общества в целом, если подобные сообщества начинают преследовать собственные интересы в ущерб интересам тех, кто в эту группу не входит.

При этом бондинговый социальный капитал (оцениваемый через вопрос о доверии в семье) в наибольшей степени проявляется в Южном, Центральном, Уральском, Сибирском и Северо-Западном федеральных округах и в сравнительно

меньшей степени характерен для Приволжского и Дальневосточного федеральных округов, а также для Москвы. Бриджинговый социальный капитал (оцениваемый через вопрос о доверии незнакомым людям) в наименьшей степени развит в Южном, Сибирском, Уральском, Центральном и Приволжском федеральных округах.

Рисунок 4. Особенности радиуса доверия в федеральных округах, 2011 г.

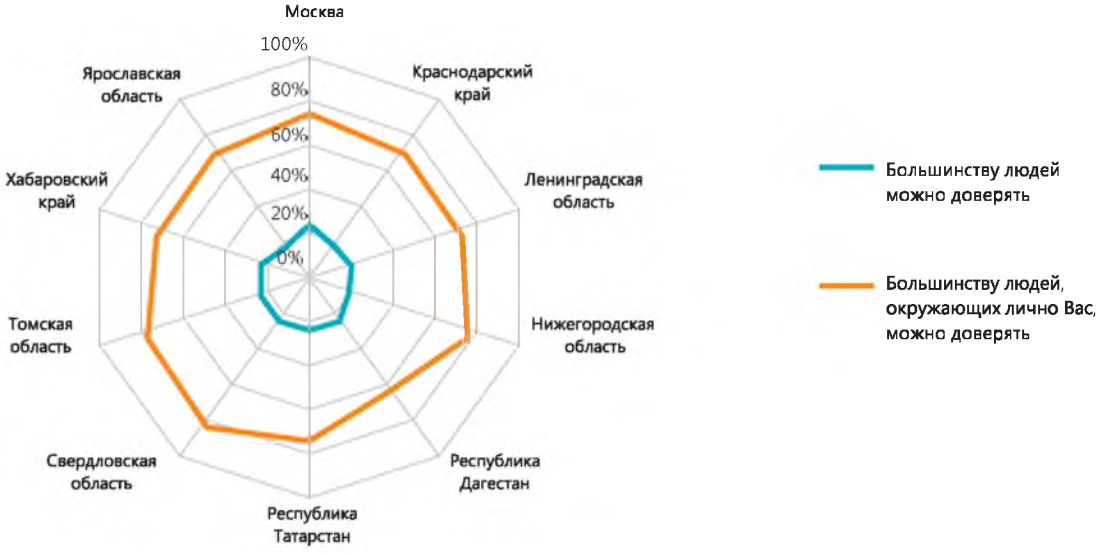


Источник: www.worldvaluessurvey.org

Исследование, проведенное в рамках проекта «Евробарометр в России», позволило описать уровень бриджингового и бондингового социального капитала в регионах России. На рисунке 5 изображено процентное распределение респондентов, согласных с утверждением «Большинству людей можно доверять» (характеризует уровень бриджингового социального капитала) и «Большинству людей, окружающих лично Вас, можно доверять» (характеризует уровень бондингового социального капитала) (подробнее об уровне бриджингового и бондингового социального капитала в регионах см. в Приложении 5).

Рисунок 5 подтверждает вывод о том, что в целом для России характерен относительно низкий уровень бриджингового социального капитала. Так, 22% респондентов в среднем по выборке согласны, что большинству людей можно доверять (для сравнения: в США так считают 34,8% респондентов, в Германии – 44,6%, в Швеции – 60,1%, в Южной Корее – 26,5%, в Турции – 11,6% [WVS, 2010-2014]) при относительно высоком уровне бондингового социального капитала.

Рисунок 5. Бриджинговый и бондинговый социальный капитал: региональный разрез[12]



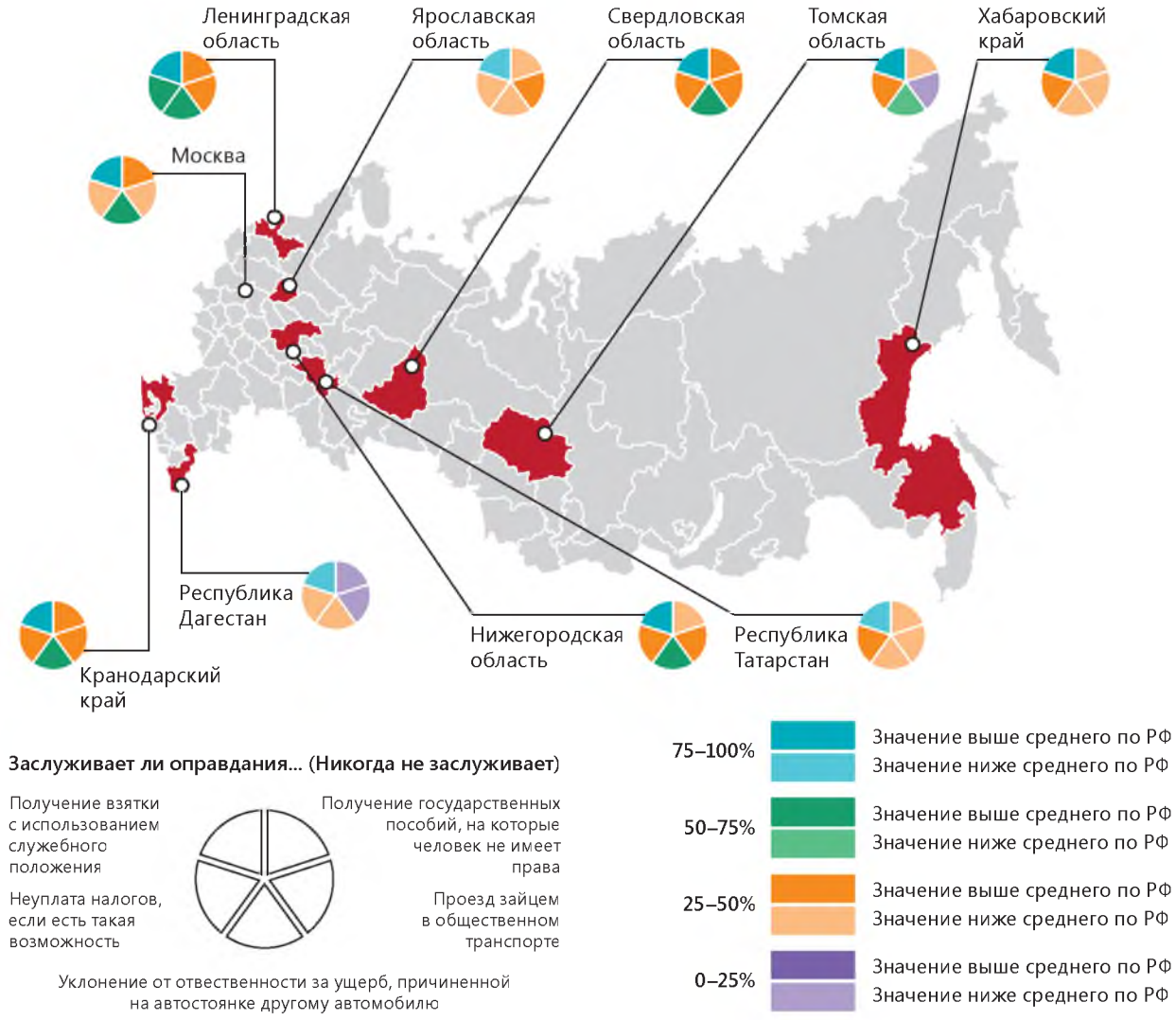
Источник: по данным исследования «Евробарометр в России» (www.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra) и исследования поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ, проведенного «РВК» при поддержке Центра стратегических разработок и Института национальных проектов (выборка репрезентативна на уровне регионов).

Такого рода результаты важны при внедрении мер, которые могут затрагивать интересы бондинговых групп в широком смысле. В регионах с распространенным бондинговым социальным капиталом, где высока вероятность блокировки институциональных преобразований со стороны узких групп специальных интересов, требуется уделять дополнительное внимание информированию заинтересованных сторон о выгодах планируемых реформ (для расширения числа стейкхолдеров, готовых поддержать изменения), а также проработке компенсационных сделок (материальных, статусных и др.) для проигрывающих сторон (для снижения эффекта блокировки).

[12] На основе полученных данных можно говорить об относительно низком уровне бриджингового социального капитала в целом во всех регионах и его малом разбросе между регионами – выводы об относительном положении регионов по уровню социального капитала делать нельзя.

На рисунке 6 проиллюстрировано распределение ответов респондентов на вопросы, касающиеся норм гражданской кооперации (получения взятки, неуплаты налогов и т. д.) (подробнее о нормах гражданской кооперации см. в Приложении 5).

Рисунок 6. Нормы гражданской кооперации в регионах России, 2016



Источник: по данным исследования «Евробарометр в России» (www.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra) и исследования поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ, проведенного «РВК» при поддержке Центра стратегических разработок и Института национальных проектов (выборка репрезентативна на уровне регионов)

На рисунке отражена схема визуализации секторов круга в зависимости от доли респондентов, согласившихся с тем или иным утверждением. Так, во всех регионах более 70% респондентов считают, что получение взятки с использованием служебного

положения никогда не оправдано. Однако это единственное нарушение, отрицательно воспринимаемое представителями всех регионов. Процент людей, считающих, что уклонение от ответственности за ущерб, причиненный на автостоянке другому автомобилю, никогда не заслуживает оправдания, колеблется от 39% в Республике Дагестан до 59% в Ленинградской области, а неуплату налогов порицают от 31% жителей в Республике Дагестан до 51% — в Ленинградской области.

Самыми же безобидными видами нарушений, с точки зрения респондентов, являются проезд зайцем в общественном транспорте и получение государственных пособий, на которые человек не имеет права (никогда не заслуживающим оправдания считают соответственно менее 30% и менее 34% жителей во всех регионах). Таким образом, в целом для исследованных регионов характерна довольно слабая развитость норм гражданской кооперации, при этом наиболее низкий уровень — у жителей Республики Дагестан, наиболее высокий — у жителей Ленинградской области.

Интересно, что наиболее негативно респонденты относятся к нарушениям, которые, по-видимому, проецируют не на себя, а на власть предержащих (получение взятки). В тех же случаях, когда они могут с легкостью представить себя в качестве нарушителя, их представления «о плохом» становятся не столь категоричны. Кроме того, респонденты гораздо охотнее обманывают обезличенное государство (неуплата налогов, проезд зайцем, получение государственных пособий без права на них), чем своих сограждан (уклонение от ответственности за ущерб, причиненный другому автомобилю).

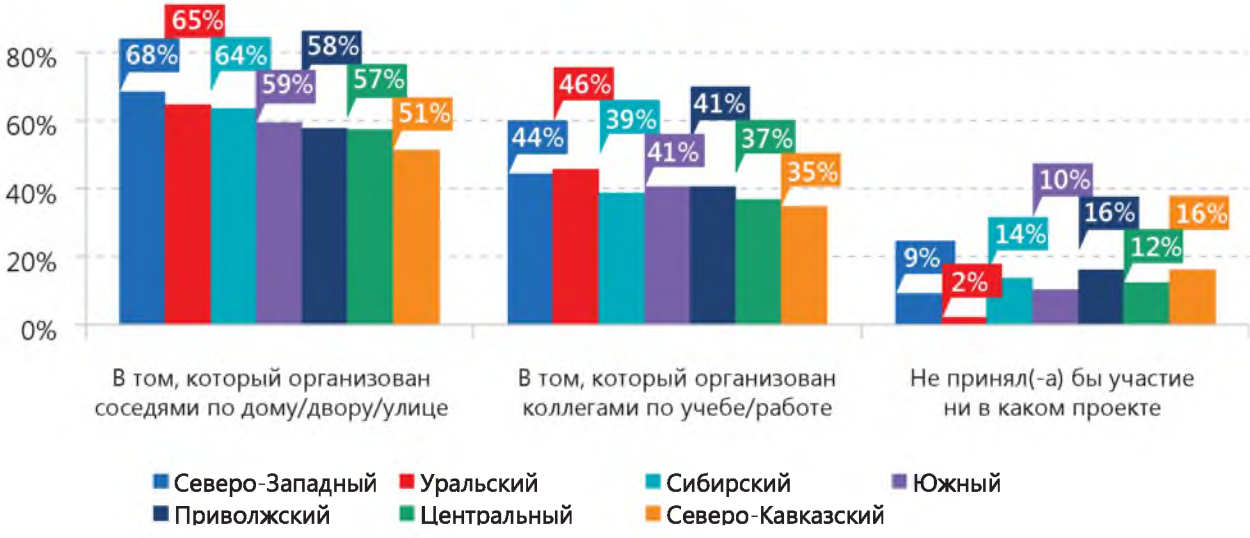
Что касается кооперации с целью создания общественных благ, то, по результатам опроса «Готовность к переменам», в наименьшей степени среди всех округов к ней склонно население Северо-Кавказского округа: в течение года, предшествовавшего опросу, 45,7% не принимали участие ни в одном из 22 перечисленных видов общественной деятельности (участие в субботниках, собраниях жильцов, акциях помощи нуждающимся, акциях протеста и пр.) при среднем значении по России 34,3% (см. рисунок 7). То же относится к волонтерской деятельности: 83,8% жителей Северо-Кавказского округа не принимали в ней участие в течение года, предшествовавшего опросу (в среднем по России — 73,7%).

Обращает на себя внимание то, что, согласно данным опроса «Мнения россиян о реформах», вероятнее всего россияне приняли бы участие в общественном благотворительном проекте, организованном соседями по дому/двору/улице (от 51% в Северо-Кавказском округе до 68% в Северо-Западном) и коллегами по учебе/работе (от 35% в Северо-Кавказском округе до 46% в Уральском) (см. рисунок 8). Готовность принять участие в общественных благотворительных проектах, организованных кем-то другим, во всех округах ниже 30%. При этом от 2% в Уральском округе до 16% в Северо-Кавказском и Приволжском округах ни при каких условиях не приняли бы участие в общественных благотворительных проектах. Такие результаты свидетельствуют о наличии потенциала к кооперации прежде всего на основе бондинговых, а не бриджинговых связей.

Рисунок 7. Участие населения в общественной и волонтерской деятельности по федеральным округам, 2016

Источник: опрос «Готовность к переменам»

Рисунок 8. Участие населения в общественных благотворительных проектах в зависимости от организаторов, по федеральным округам, 2016



Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

Дифференциация регионов по данным показателям может использоваться при принятии решений относительно внедрения мер, предполагающих «презумпцию добросовестности» граждан и бизнеса, в том числе связанных с радикальным снижением административных барьеров и т. д., а также при проектировании реформ, опирающихся на гражданскую активность и инициативность населения.

2.3. СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ

На основании имеющихся данных о языковом, этническом, религиозном разнообразии населения России, исторических особенностях развития территорий, данных по электоральному поведению граждан сформирована комплексная классификация регионов России с точки зрения факторов социокультурного разнообразия (подробнее см. в Приложении 3) с выделением характерных черт каждой группы регионов[13].

ГРУППА 1. В регионах данной группы родным языком большей части населения является русский, при этом население демонстрирует сравнительно более высокую готовность к реформам, выраженную его большей самостоятельностью и активностью, готовностью к предпринимательской/инновационной деятельности, и меньшую приверженность патерналистским ценностям.

Регионы, отнесенные в группу 1: Республика Карелия, Республика Коми, Приморский край, Амурская область, Архангельская область, Владимирская область, Вологодская область, Ивановская область, Калининградская область, Калужская область, Камчатский край, Кемеровская область, Кировская область, Костромская область, Красноярский край, Ленинградская область, Магаданская область, Московская область, Мурманская область, Новгородская область, Пермский край, Псковская область, Самарская область, Сахалинская область, Свердловская область, Тамбовская область, Тверская область, Томская область, Тульская область, Тюменская область, Челябинская область, Забайкальский край, г. Москва, г. Санкт-Петербург, Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский АО – Югра, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий АО.

Среди перечисленных регионов, исходя из проведенных сравнительных исследований, наиболее характерными представителями группы 1 являются: Республика Карелия, Республика Коми, Вологодская область, Новгородская область, Тюменская область, Ханты-Мансийский АО – Югра, Чукотский

[13] Рекомендации по усилению и распространению способствующих реформам социокультурных характеристик, а также стимулированию инновационного развития и предпринимательства для каждой группы регионов приведены в подпункте 4.3.2 и Приложении 6.

автономный округ, Ямало-Ненецкий АО. Причины внесения данных регионов в перечень характерных представителей группы 1 различны и связаны среди прочего с уровнем доходов на душу населения, структурой перераспределения доходов между регионом и федеральным центром.

Одним из важных дополнительных факторов, способных влиять на вариативность социокультурного разнообразия в среднесрочном периоде (3–5 лет), является межрегиональная или международная миграция. В силу особенностей рынка труда такое влияние стоит отдельно рассматривать для крупных мегаполисов (в заданном контексте это Москва и Санкт-Петербург), прежде всего исходя из имеющихся результатов анализа влияния разнообразия на экономическое развитие на муниципальном уровне.

ГРУППА 2. В регионах данной группы родным языком большей части жителей является русский, при этом население в существенной степени демонстрирует приверженность патерналистским ценностям, занимает более консервативную позицию, что говорит об их меньшей готовности к реформам и меньшей склонности к инновационной активности и предпринимательской деятельности в целом.

Перечень регионов группы 2: Алтайский край, Республика Хакасия, Краснодарский край, Хабаровский край, Белгородская область, Брянская область, Волгоградская область, Воронежская область, Иркутская область, Курганская область, Курская область, Липецкая область, Нижегородская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область, Орловская область, Пензенская область, Ростовская область, Рязанская область, Саратовская область, Смоленская область, Ставропольский край, Ульяновская область, Ярославская область, Еврейская автономная область.

Наиболее характерными представителями группы 2 являются: Иркутская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область. Напротив, Краснодарский край и Хабаровский край имеют наименее выраженные характеристики в рамках выделенной группы. В некоторой степени можно считать, что оба региона занимают пограничное положение между группой 1 и группой 2.

ГРУППА 3. В регионах данной группы существенную долю населения составляют люди с одним и тем же родным языком, отличным от русского. Практически для всех представителей группы характерен республиканский статус. Структура социокультурного разнообразия определяет риски возможной поляризации внутри региона, что обычно сглаживается существующей трансфертной политикой федерального центра. Помимо традиционных факторов разнообразия (этнического, лингвистического, религиозного), которые здесь имеют высокую парную корреляцию, необходимо учитывать более общее условие культурной идентичности населения данных регионов. Вопросы имплементации и адаптации реформ здесь носят более сложный, комплексный характер.

Перечень регионов группы 3: Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Астраханская область, Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Республика Бурятия, Республика Алтай, Республика Саха (Якутия), Республика Тыва.

Наиболее характерным представителем группы 3 можно назвать Республику Татарстан. При этом республики Марий Эл, Мордовия, Алтай и Тыва демонстрируют менее выраженные признаки принадлежности группе 3.

ГРУППА 4. В регионах данной группы присутствует большое число различных этнических групп, языки которых также, соответственно, различны. Все регионы данной группы имеют республиканский статус и близкое географическое расположение (Северный Кавказ). Структура социокультурного разнообразия демонстрирует высокий уровень фракционализации внутри каждого из регионов. Регионы данной группы также характеризуются особой трансфертной политикой федерального центра. Отдельные группы населения в рассматриваемых регионах имеют традиционный (иногда – архаический) социокультурный уклад, что требует особого и аккуратного подхода к выработке, имплементации и адаптации реформ, что отражено более подробно в перечне рекомендаций.

Перечень регионов группы 4: Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика. Наиболее характерным представителем группы 4, демонстрирующим максимальную степень фракционализации, является Республика Дагестан.

В предложенную классификацию регионов не вошли субъекты федерации Севастополь и Республика Крым в силу отсутствия достаточного объема сопоставимых данных. Вопрос о включении данных регионов в одну из перечисленных групп может быть решен только после проведения дополнительных исследований.

3.

ГРУППЫ ПОДДЕРЖКИ И ГРУППЫ КРИТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМ

3.1. ОТНОШЕНИЕ К РЕФОРМАМ

Результаты опроса «Мнения россиян о реформах» ожидаемо показывают, что отношение к реформам — их целям, содержанию, способам проведения — в России неоднородно и варьируется в разных группах населения и регионах. Однако в целом среди первоочередных задач, которые необходимо реализовать в стране в ближайшие 10-15 лет, респонденты называют снижение уровня коррупции (43%)[14], повышение темпов экономического роста (42%), повышение комфорта и удобства проживания в городах и селах (40%), снижение уровня преступности (38%) и снижение уровня социального неравенства (37%) (см. рисунок 9). Причем ради достижения этих целей респонденты готовы отложить проведение реформ, направленных на повышение престижа страны в мире (25%), вовлечение граждан в процесс принятия государственных решений (23%), усиление технологического лидерства страны (20%) и сплочение граждан страны вокруг общих целей и идеалов (19%) (см. рисунок 10).

Хорошо видно, что респонденты значительно менее единогласны в том, решение каких задач следует отложить. Кроме того, более 20% опрошенных затруднились с ответом, что можно интерпретировать следующим образом: люди в целом могут назвать приоритетные задачи развития, однако в меньшей степени понимают, какие из них можно было бы при этом отложить. В их сознании первостепенная реализация той или иной задачи не является одной из альтернатив в условиях ограниченных ресурсов, а должна осуществляться наряду с реализацией других задач.

Предпочтения респондентов относительно наиболее и наименее приоритетных задач развития можно интерпретировать в категориях «разменов»: для этого в подвыборке респондентов, отметивших первоочередные задачи (рисунок 9), выявлялись наименее приоритетные задачи (рисунок 10), набравшие максимальное число «голосов» (иными словами, для каждой пары «приоритетная задача — неприоритетная задача» определялось количество респондентов,

[14] Поскольку опрос был проведен сразу после антикоррупционных митингов 26 марта 2017 г., выход на первое место сюжета с уровнем коррупции может объясняться именно этим обстоятельством.

выбравших данную связку). Именно такая ситуация рассматривается в качестве своего рода «размена»: от чего прежде всего готов отказаться условный респондент, чтобы максимально повысить шансы на реализацию самой приоритетной для него задачи.

Рисунок 9. Какие задачи нужно осуществить в России в ближайшие 10–15 лет (в %)?

Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

Результаты весьма показательны. Самыми популярными формулами «размена» являются следующие: ради «снижения уровня коррупции» 12,8% респондентов готовы поступиться амбициями по «повышению престижа страны в мире»; ради «повышения темпов экономического роста» 12% могут отказаться от «вовлечения граждан в процесс принятия государственных решений»; ради «повышения комфорта и удобства проживания в городах и селах» 11,6% также готовы отложить «повышение престижа страны в мире».

Нетрудно заметить, что внутренняя повестка по значимости существенно превосходит внешнюю, перестающую считаться «отвлекающим фактором» от повседневных проблем, с которыми сталкивается человек. Также заметна патерналистская установка опрошенных: задачи повышения экономического роста, наведения порядка в стране, цивилизованного благоустройства городов являются крайне важными, но от процесса их реализации граждане предпочли бы устраниться.

Рисунок 10. Решение каких задач не является сейчас первоочередным, что из перечисленного можно отложить (в %)?

Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

Респондентов также спрашивали, как должны расставляться приоритеты при проведении реформ, что должно быть на первом месте, что на втором и на третьем: свобода, эффективность или справедливость?[15] Результаты отчасти удивительны, в том числе с учетом «разменов», описанных в предыдущем абзаце. Так, **на первое место респонденты ставят свободу и справедливость**: 37% считают наиболее важным, чтобы «при изменениях, направленных на повышение уровня жизни, не ограничивались свободы граждан, чтобы они не лишались возможности выбора», а для 35% наиболее важно, чтобы при осуществлении упомянутых изменений «не нарушались принципы справедливости» (см. рисунок 11). Эффективность не является приоритетом: 26% респондентов считают важным, чтобы реформы приводили к «повышению уровня жизни граждан максимально быстро».

[15] Таким образом воспроизводилась «невозможная трилемма» — теоретическая конструкция, предложенная Джоном Мейнардом Кейнсом и заключающаяся в необходимости «сочетания трех вещей: экономической эффективности, социальной справедливости и индивидуальной свободы» [Keynes, 1932].

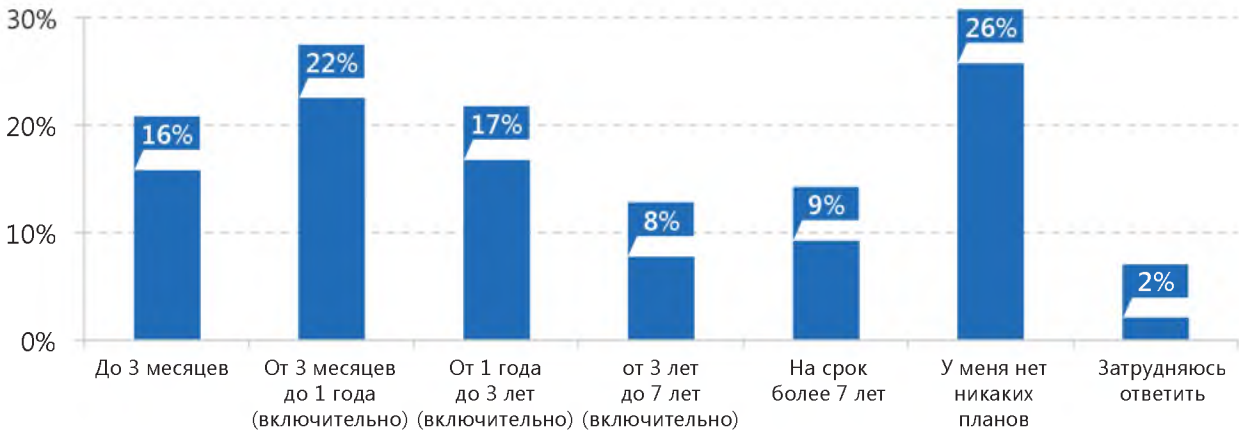
Рисунок 11. Чем следует руководствоваться в первую очередь при проведении изменений, направленных на повышение уровня жизни россиян; какое из перечисленных условий, по Вашему мнению, важнее всего?

Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

Помимо указанных условий, примирить респондентов с возможными неудобствами при проведении реформ могут уверенность в улучшениях, которые произойдут в результате изменений, пусть это случится и не очень скоро (не ранее, чем через три года) (43%), и уверенность в том, что в результате изменений будущие поколения будут жить в лучших условиях (42%). Оба варианта отражают высокую долгосрочную ориентацию, характерную для населения России и мотивирующую идти на некоторые самоограничения ради достижения результатов в будущем. Остальные варианты (уверенность в объективной необходимости изменений; наличие небольших, но наблюдаемых положительных эффектов, возникающих по мере реализации изменений почти сразу после их начала; вовлеченность простых граждан в процесс принятия государственных решений в связи с изменениями; доверие команде, занимающейся преобразованиями; наличие авторитетного лидера и его постоянная включенность в процесс изменений) набрали не более 20% голосов каждый, что говорит об относительно меньшей значимости данных факторов по сравнению с потребностью в лучшем будущем для себя и последующих поколений.

Между тем при наличии высокой долгосрочной ориентации россиянам свойствен короткий горизонт планирования (см. рисунок 12): большинство не имеют никаких планов (26%) либо планируют на срок от трех месяцев до одного года (23%), 17% — от одного года до трех лет, 16% — до трех месяцев. На срок от трех до семи лет планируют 8%, на срок более 7 лет — 9%.

Рисунок 12. На какой максимальный срок у Вас есть какие-либо планы?



Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

3.2. СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ РАЗРЕЗ

При проведении институциональных преобразований важно учитывать численность, а также социально-демографическую структуру потенциальных групп поддержки реформ и групп критического отношения к реформам. Для анализа были выбраны четыре характеристики, значимые для проектирования и имплементации институциональных преобразований (взятые из результатов опроса «Мнения россиян о реформах», см. также Приложение 7):

- **Склонность к изменениям** оценивалась через согласие респондента с суждением «При принятии решений, связанных с серьезными переменами, надо действовать смело, решительно».

- **Отношение к труду и связям для достижения успеха** оценивалось через согласие респондента с суждением «В конечном итоге усердная работа вознаграждается. Удача и связи играют второстепенную роль».

- **Склонность к гражданской активности** оценивалась на основе следующих параметров:

  I готовность принимать участие в общественных благотворительных проектах;

  II готовность принимать участие в распределении части местного бюджета (партиципаторном бюджетировании);

  III готовность направлять часть уплачиваемых налогов на социально значимые цели;

  IV готовность участвовать в государственной налоговой лотерее, выиграв в которой, можно распределить часть выигрыша между разными статьями бюджета.

- **Институциональное доверие**[16] государству оценивалось через специфику доверия к главе города, региона, страны.

Выбор данных характеристик обусловлен двумя причинами. Во-первых, их содержательной значимостью для прогнозирования проактивного или пассивного отношения к реформам, склонности к поддержке реформ «сверху» или «снизу», готовности включаться в процесс изменений. Во-вторых, наличием статистически значимых различий по данным характеристикам для разных социально-демографических групп, что позволяет предполагать явно выраженную группировку мнений респондентов по этим вопросам.

Кластерный анализ, проведенный по данным характеристикам, позволил выявить три группы респондентов (см. подробнее в таблице 4, выводы статистически значимы на 1% уровне значимости):

1. **Группа критического отношения** к реформам (28% опрошенных): ее члены характеризуются осторожным отношением к переменам, низким институциональным доверием государству, сравнительно низкой гражданской активностью и убежденностью, что ключевые факторы успеха — удача и связи, а не усердный труд.

   В этой группе больше доля людей в возрасте 45–60 лет и людей с низким уровнем дохода, а также жителей средних городов.

2. **Группа поддержки реформ «снизу»** (эффективность реализации которых подразумевает активное участие граждан) (24% опрошенных): ее члены характеризуются наибольшей склонностью к переменам, умеренным институциональным доверием государству, высокой гражданской активностью и убежденностью, что ключевой фактор успеха не удача и связи, а усердный труд.

   В этой группе больше людей в возрасте до 45 лет; граждан с высоким доходом и жителей крупных городов-миллионников[17].

3. **Группа поддержки реформ «сверху»** (эффективность реализации которых подразумевает наличие высокого институционального доверия государству) (47% опрошенных): ее члены характеризуются скорее осторожным отношением к переменам, умеренной гражданской активностью, крайне высоким институциональным доверием государству и незначительно преобладающим мнением, что усердный труд важнее удачи и связей.

---

[16] Институциональное доверие характеризует степень, в которой люди доверяют разного рода институтам, в частности, правительству, парламенту, региональным властям, судам, полиции, банкам и т. д.

[17] Москва была исключена из анализа в силу наличия у нее отличительных особенностей от других представителей группы городов-миллионников, в частности, высокой численности населения, сосредоточения в ней крупных финансовых и миграционных потоков, а также более высокого уровня дохода у респондентов, чем в среднем по России.

В этой группе больше людей старше 60 лет, людей со средним доходом и жителей сельских поселений.

Таблица 4. Процентное распределение респондентов по отдельным параметрам и вопросам в выделенных группах поддержки и группах критического отношения к реформам

	Вера в свои силы	Отношение к переменам	Гражданская активность				Институциональное доверие государству		
	Труд важнее удачи и связей	При переменах надо действовать смело и решительно	Готовы участвовать в общественных благотворительных проектах	Готовы участвовать в партиципаторном бюджетировании	Готовы направлять часть налогов на социально значимые цели	Готовы участвовать в налоговой лотерее	Доверяют главе города	Доверяют главе региона	Доверяют президенту
Группа критического отношения к реформам (28%)	14%	28%	83%	58%	16%	42%	8%	18%	64%
Группа поддержки реформ «снизу» (24%)	82%	57%	97%	89%	61%	74%	8%	32%	80%
Группа поддержки реформ «сверху» (47%)	61%	38%	85%	61%	30%	49%	98%	98%	97%

Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

Таблица 5. Группы поддержки и критического отношения к институциональным преобразованиям в социально-демографическом разрезе

		Вера в свои силы	**Отношение к переменам**	**Гражданская активность**
		Труд важнее удачи и связей	При переменах надо действовать смело и решительно	Готовы участвовать в общественных благотворительных проектах
ВОЗРАСТ	18–30 лет	**61%**	**46%**	**89%**
	31–45 лет	**52%**	**40%**	**89%**
	46–60 лет	**46%**	**38%**	**88%**
	старше 60 лет	**52%**	**31%**	**83%**
ДОХОД	Денег не хватает на питание	**43%**	**35%**	**78%**
	На питание хватает, на одежду – нет	**49%**	**37%**	**81%**
	На одежду хватает, на крупную бытовую технику – нет	**52%**	**38%**	**88%**
	На бытовую технику хватает, на автомобиль – нет	**56%**	**39%**	**93%**
	На автомобиль хватает	**61%**	**54%**	**93%**
НАСЕЛЕННЫЙ ПУНКТ	Города с 1 млн жителей и более	**49%**	**39%**	**94%**
	Города с количеством жителей от 250 тыс. до 1 млн	**51%**	**37%**	**94%**
	Города с количеством жителей от 50 до 250 тыс.	**50%**	**36%**	**83%**
	Города с количеством жителей менее 50 тыс., ПГТ	**52%**	**39%**	**87%**
	Села	**57%**	**44%**	**86%**

Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах». Градиентная заливка от зеленого к красному применялась отдельно для каждой характеристики (зеленый – относительно высокая доля согласных с соответствующим утверждением; красный – относительно низкая доля)

Гражданская активность			**Институциональное доверие государству**		
Готовы участвовать в налоговой лотерее	Готовы участвовать в партиципаторном бюджетировании	Готовы направлять часть налогов на социально значимые цели	Доверяют главе города	Доверяют главе региона	Доверяют президенту
62%	70%	41%	53%	59%	81%
57%	69%	35%	50%	58%	81%
48%	67%	29%	48%	59%	85%
42%	61%	30%	57%	67%	90%
41%	55%	31%	48%	57%	79%
48%	61%	27%	48%	56%	81%
53%	66%	32%	53%	62%	86%
59%	73%	43%	55%	63%	86%
58%	77%	39%	50%	58%	80%
56%	80%	41%	48%	56%	81%
52%	73%	35%	49%	59%	81%
59%	64%	39%	46%	52%	83%
50%	64%	28%	48%	60%	85%
54%	65%	32%	60%	68%	85%

Несмотря на существование отдельных различий, в целом социально-демографическая структура кластеров достаточно схожа (подробное описание приведено в Приложении 7); что говорит о сравнительной равномерности распределения групп поддержки и групп критического отношения к реформам в различных социально-демографических стратах. Актуализируется задача по реализации комплексной программы мер, которые были бы направлены на развитие ценностей, ориентированных на инновационное развитие и поддержку реформ.

В таблице 5 представлены группы поддержки и группы критического отношения к институциональным преобразованиям для отдельных социально-демографических страт. Для удобства восприятия внутри каждой характеристики использовалась градиентная заливка – от зеленого (относительно высокая доля согласных с соответствующим утверждением) до красного (относительно низкая доля).

Из таблицы 5 видно, что одни и те же группы населения одновременно демонстрируют относительно высокие показатели по одним характеристикам и низкие – по другим, что определяет неоднозначность в восприятии реформ. Например, высокодоходные группы верят в собственные силы, выступают за решительные изменения и склонны к гражданской активности, но в то же время обладают невысоким институциональным доверием государству, что создает спрос на использование посредников в виде неправительственных институтов, способных вовлечь рассматриваемые группы в процесс институциональных изменений. Анализ отношения разных групп населения к реформам приведен в Приложении 8.

3.3. РЕГИОНАЛЬНЫЙ РАЗРЕЗ

Разная степень поддержки преобразований в регионах может быть обусловлена в том числе социокультурными особенностями их жителей: с одной стороны, степенью социокультурного разнообразия и, с другой стороны, спецификой ценностей населения. Представленный здесь анализ групп поддержки и групп критического отношения к институциональным преобразованиям в региональном разрезе получен в результате сведения классификации регионов на основе факторов социокультурного разнообразия (п. 2.3) и опроса по методике Хофстеде, проведенного в 13 регионах РФ (п. 2.1) (а также исследования «Евробарометр в России»).

Важно подчеркнуть, что «рейтинг» регионов с точки зрения перспективности реализации мер социально-экономической политики определяется множеством факторов, таких как качество институциональной среды и делового климата, социально-демографические характеристики населения, наделенность природными ресурсами и пр. Социокультурные факторы влияют на сравнительную перспективность реализации мер социально-экономической политики, но не детерминируют ее.

В ГРУППУ 1 входят шесть из тринадцати регионов, в которых проводилось полевое исследование по методике Хофстеде: **Архангельская, Ленинградская, Свердловская и Томская области**, а также **Республика Коми и г. Москва.**

Согласно классификации регионов с точки зрения социокультурного разнообразия, их население демонстрирует сравнительно более высокую готовность к реформам. С учетом этого для данной группы регионов рекомендуется:

- использование регионов как пилотных для проверки качества проработки конкретных реформ;
- поощрение к формированию региональных законодательных актов, направленных на создание ценностей, стимулирующих развитие; использование таких региональных наработок, как основы федеральных реформ;

- поощрение к созданию особых экономических зон, территорий опережающего развития и т. п. при условии четкой проработки их инвестиционного и финансового планирования на региональном уровне.

При этом, если учитывать конкретные социокультурные характеристики и уровень социального капитала, внутри этой группы можно ввести дополнительную дифференциацию, согласно которой необходимо учитывать следующую специфику каждого из регионов:

- **В Свердловской и Томской областях** возможно проведение реформ, не дающих немедленного результата.

  При прочих равных условиях население этих регионов в большей степени готово к получению не только сиюминутных, но и отложенных во времени выгод. Более того, оно в сравнительно большей степени склонно к изменениям и готово идти на ряд ограничений ради достижения в будущем заявленных целей.

  Согласно результатам исследования, это объясняется относительно высокими показателями маскулинности и долгосрочной ориентации в сочетании с относительно невысоким значением показателя избегания неопределенности (особенно в Томской области).

- Население **Москвы** сравнительно более склонно к изменениям (по причине низкого избегания неопределенности).

- Социокультурный профиль населения **Ленинградской области**, с одной стороны, может стимулировать появление инициатив «снизу», с другой стороны, определяет сравнительно больший спрос на механизмы подотчетности власти.

  Реформы «сверху» могут быть приняты только в случае, если они воспринимаются населением как справедливые и осуществляемые по разумным причинам (в силу сочетания относительно низких показателей дистанции власти и маскулинности при относительно высоком избегании неопределенности).

  При этом в Ленинградской области можно ожидать сравнительно меньшей результативности масштабных изменений, предполагающих отложенные эффекты. По этой причине крайне желательно при разработке любых программ преобразований, с одной стороны, включать население в процесс обсуждения институциональных изменений, а с другой — разбивать преобразования на сравнительно короткие промежуточные этапы с наличием «низковисящих плодов» по результатам каждого из них.

Дополнительной предпосылкой к более активному включению населения в процесс институциональных преобразований могут служить сравнительно более высокие показатели норм гражданской кооперации в этом регионе.

- **В Республике Коми, Архангельской области** будут сравнительно более эффективны реформы «сверху» (из-за высокого уровня дистанции власти). Кроме того, для этих регионов актуализируется потребность в проведении массированных информационных кампаний, разъясняющих населению выгоды и перспективы, открывающиеся в случае успешной реализации преобразований (по причине относительно высокого уровня избегания неопределенности).

  При этом в Республике Коми при прочих равных условиях ниже вероятность блокировки изменений со стороны групп специальных интересов (в силу сравнительно более высокого показателя индивидуализма) и, соответственно, ниже потребность в разработке специальной системы компенсирующих мер группам, проигрывающим в процессе преобразований.

В ГРУППУ 2 входят четыре из тринадцати регионов, в которых проводилось полевое исследование: **Краснодарский и Хабаровский края**, а также **Нижегородская и Ярославская области.**

Согласно классификации регионов с точки зрения социокультурного разнообразия, население регионов, входящих в данную группу, в существенной степени демонстрирует патерналистские настроения. В связи с этим в части адаптации реформ для этой группы рекомендуется:

- Создание межрегионального агентства продвижения реформ, обращаться в которое могут представители исполнительной власти любого из регионов (за поддержкой, консультациями, разъяснениями и т. п.).

  При этом данное агентство должно быть наделено функцией экспертного контроля за процедурой и эффективностью реализации реформы в отдельных регионах без функций «наказания», но с функцией публичного обсуждения недостатков имплементации реформы, выявленных в ходе экспертной проверки. Тем самым будет обеспечиваться патерналистская функция со стороны агентства по отношению к региональной (исполнительной) власти.

- Допущение в данных регионах регулирования скорости и сроков начала имплементации реформ со стороны региональной исполнительной власти.

  Если региональные отсрочки старта или увеличения сроков проведения невозможны, допущение частичного игнорирования содержательной составляющей при формальном следовании нормативной составляющей в краткосрочном периоде. Другими словами: если реформа не носит повсеместного характера (не затрагивает весь перечень регионов), то регионам может быть предоставлена возможность самостоятельно выбирать время вступления в реформу. Например, регион может использовать отсрочку на 1–3

года, чтобы перенять опыт других регионов, запустивших процесс изменений с самого начала.

При этом, если учитывать конкретные социокультурные характеристики и уровень социального капитала, внутри этой группы, так же как и в предыдущем случае, можно ввести дополнительную дифференциацию:

- Для жителей **Нижегородской области и Краснодарского края** характерно наличие ценностей, способствующих развитию: они в большей степени нацелены на самореализацию, независимость, в т. ч. материальную, инновационную деятельность (в силу относительно высокого индивидуализма).

  При этом для Нижегородской области существует потребность в проведении массированных информационных кампаний, сопровождающих институциональные изменения (из-за сравнительно более высокого показателя избегания неопределенности).

  В Краснодарском крае может наблюдаться сравнительно бо́льшая готовность к институциональным преобразованиям, реализуемым «сверху» (по причине сравнительно высокого показателя дистанции власти).

- **Ярославская область** при прочих равных условиях может быть хорошей площадкой для проведения пилотных преобразований в этой группе регионов. Это связано с тем, что почти по всем характеристикам Хофстеде Ярославская область близка к медианному значению по 13 регионам при несколько более высоком показателе дистанции власти и сравнительно более низком избегании неопределенности.

- Для **Хабаровского края** (как и для **Республики Коми, Архангельской области** – см. группу 1) будут сравнительно более эффективны реформы «сверху» (благодаря сравнительно высокому показателю дистанции власти).

В ГРУППУ 3 входят два из тринадцати регионов, в которых проводилось полевое исследование: **Республика Адыгея и Республика Татарстан**.

Согласно классификации с точки зрения социокультурного разнообразия, для регионов, входящих в данную группу, вопросы имплементации и адаптации реформ носят более сложный, комплексный характер, требующий дополнительного учета их национальной специфики:

- При реализации каждой реформы необходимо подчеркивать, что ее реализация не затрагивает культурных и религиозных основ, специфических для данного региона, а нацелена в большей степени на преодоление негативного влияния «экзогенных» (географических, климатических и т. д.) факторов.

- Учет возможного неприятия по отношению к отдельной реформе, которое может возникать в силу следующих основных (потенциальных) причин:

  I «потенциальной угрозы» нарушения самобытности / сложившихся устоев — здесь адаптация реформы заключается в нахождении компромисса между устоями и ожидаемым эффектом реформы, адаптация должна проводиться во взаимодействии с региональным представительным органом власти;

  II опоры реформы на несвойственные ценности — здесь можно рекомендовать поэтапное внедрение реформы одновременно с формированием среднесрочных планов по формированию новых или замещающих ценностей и реализацией этих планов;

  III отсутствия у общероссийской реформы «регионального обоснования» — здесь требуется подробный анализ последствий (выгод/издержек) данной реформы для каждого региона и разъяснительная работа на уровне региональных СМИ.

Если учитывать конкретные социокультурные характеристики и уровень социального капитала, внутри этой группы можно ввести дополнительную дифференциацию регионов, согласно которой необходимо принимать во внимание следующую специфику каждого из них:

- В **Республике Адыгея** могут быть сравнительно более успешно реализованы краткосрочные «рывки» на основе мобилизационных усилий (с учетом относительно высокой маскулинности и коллективизма и относительно низкой долгосрочной ориентации).

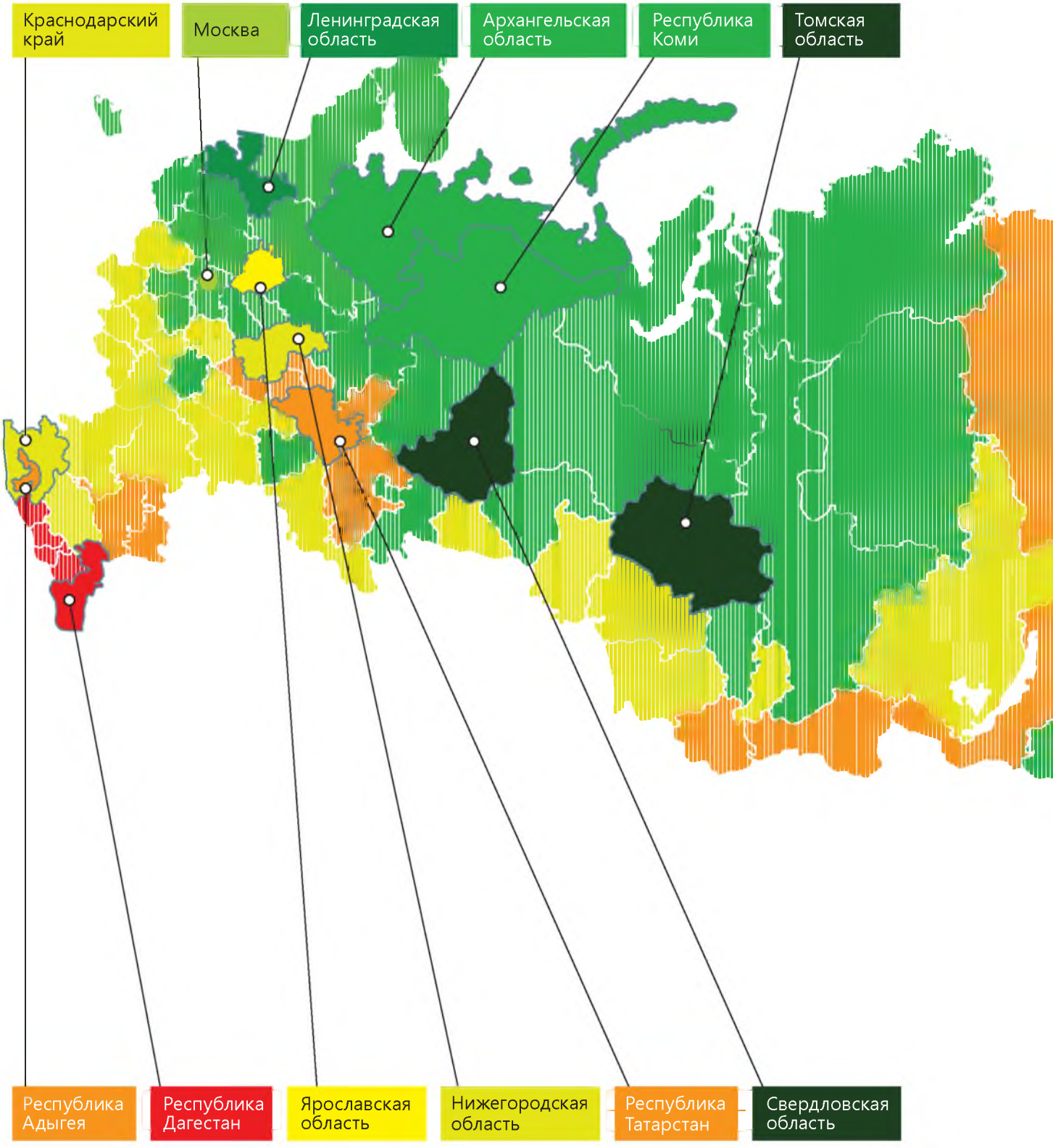
- При прочих равных условиях можно предположить, что институциональные изменения в **Республике Татарстан** будут требовать сравнительно большего внимания к информированию населения относительно связанных с реализацией данных реформ преимуществ в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах (так как республике свойствен сравнительно низкий показатель маскулинности при умеренно высоком показателе избегания неопределенности).

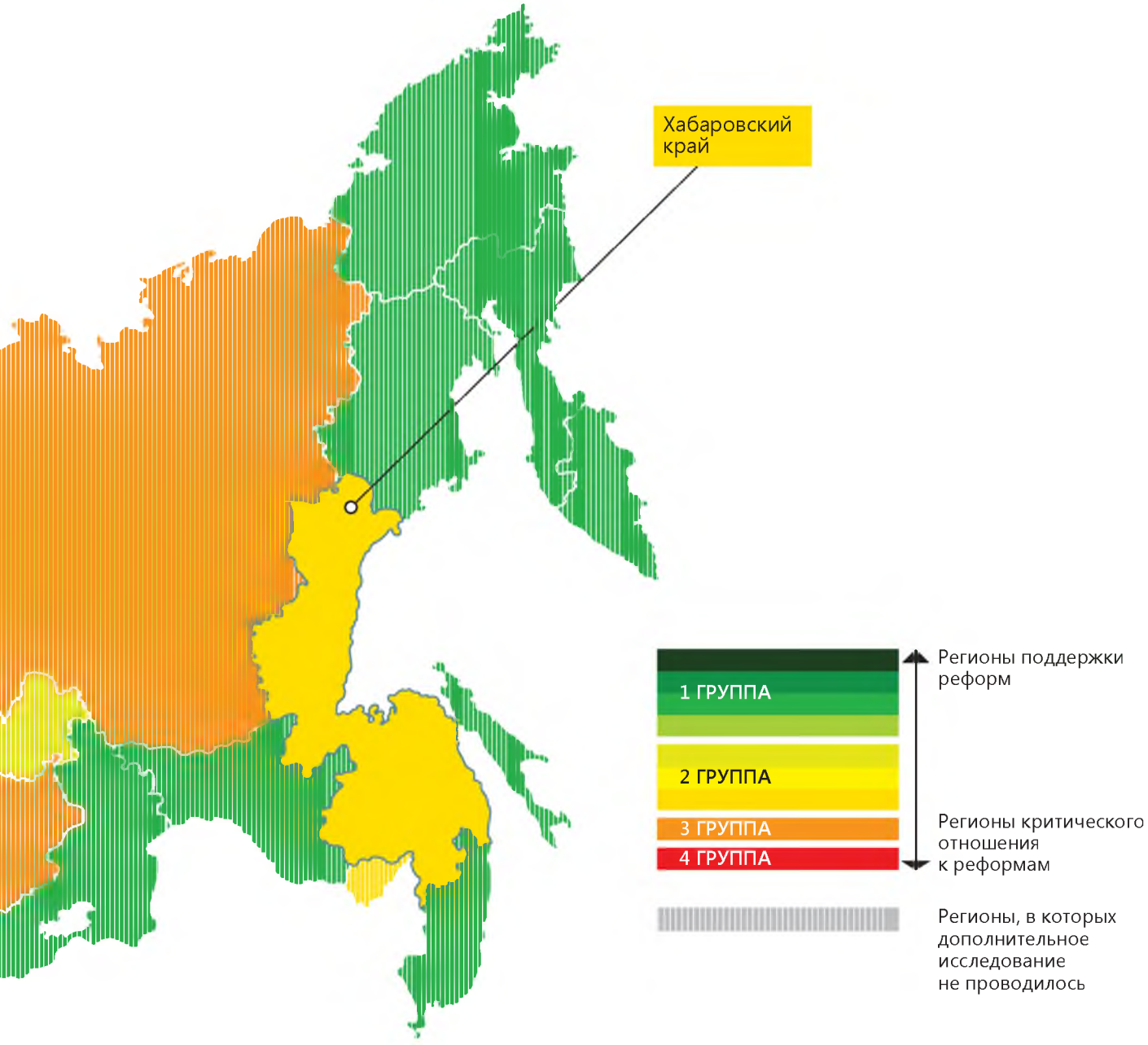
В ГРУППУ 4 входит один из тринадцати регионов, в которых проводилось полевое исследование по методике Хофстеде: **Республика Дагестан**.

Согласно классификации регионов с точки зрения социокультурного разнообразия, отдельные слои населения в рассматриваемой группе имеют традиционный (иногда архаический) социокультурный уклад, что требует особого и аккуратного подхода к выработке, имплементации и адаптации реформ, который может заключаться в следующем:

- Аккуратное и подробное донесение содержания реформ через СМИ: выпуск печатных версий федеральных СМИ на локальных языках (или в смешанном формате — одновременно на двух языках в одном и том же источнике).

Рисунок 13. «Карта» восприимчивости регионов к проводимым институциональным изменениям с точки зрения социокультурных характеристик





Как уже отмечалось выше, на положение региона в рейтинге перспективности реализации мер социально-экономической политики оказывают влияние множество факторов, прежде всего качество институциональной среды и делового климата, социально-демографические характеристики населения, наделенность природными ресурсами и пр. Однако учет всего многообразия факторов выходит за рамки проведенного исследования.

Представленный список регионов поддержки реформ и регионов критического отношения к реформам показывает, в каких регионах (при прочих равных условиях) социокультурные особенности населения более или менее благоприятны для реализации институциональных преобразований.

- Конкретизация реформ, позволяющая четко и недвусмысленно выделить выигрыши каждого конкретного субъекта и объяснить, что от реформы нет явных (а в идеале – и неявных) проигрышей.

- Допущение возможности поэтапного внедрения реформ через согласование на местном уровне. Например, разрешить обсуждение и одобрение реформы либо отказ на ограниченный срок, например, на один год, с последующим повторным обсуждением, ограничив возможность модифицировать суть реформы. Другими словами, разрешить только принятие решений «Да» либо «Нет на ограниченное время».

Социокультурный профиль населения **Республики Дагестан** при прочих равных условиях может свидетельствовать о потенциальной готовности к реализации взвешенных поэтапных институциональных изменений (так как для него характерны одновременно самые низкие показатели дистанции власти, индивидуализма и избегания неопределенности при самом высоком показателе маскулинности).

При этом для этой республики в сравнительно большей степени, чем для других российских регионов, актуальна проблема блокировки изменений со стороны групп специальных интересов (по причине относительно высокого уровня коллективизма), вследствие чего любая программа преобразований должна сопровождаться разработкой системы специальных компенсирующих мер для групп, потенциально проигрывающих в результате институциональных изменений.

4.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ **ДЛЯ РЕФОРМ**

При целенаправленном институциональном проектировании реформ, способствующих инновационному развитию и экономическому росту, актуализируются риски «социокультурного раскола», когда ценностные установки группы реформаторов вступают в конфликт с ценностями более широких общественных групп.

Для минимизации такого рода рисков требуется **учет социокультурных факторов**, выделение тех из них, которые способны ограничивать экономическое/инновационное развитие разных регионов и препятствовать имплементации реформ, а также тех, которые являются факторами конкурентоспособности, и могут рассматриваться как точки опоры при реформировании. Учет социокультурного профиля населения и региональных различий позволяет оценить **перспективность и приоритетность** институциональных преобразований, **степень их адаптируемости** к конкретному региону, **характер отношения к ним населения** и тем самым обеспечить приятие реформ и их легитимность в глазах граждан.

Важно учитывать, что социокультурная специфика и, в частности, связанные с ней ограничения для развития не являются приговором для страны. Некоторые социокультурные характеристики могут быть изменены в течение 15–20 лет [Alesina, Giuilliano, 2013; Hofstede, 2001; Guiso et al., 2006; Инглхарт, Вельцель, 2011], что подтверждает опыт Японии и «азиатских тигров», осуществивших модернизационный рывок во второй половине XX в.

Это означает, что при проектировании реформ необходимо одновременно решать «систему из двух уравнений»: во-первых, для обеспечения приятия реформ населением в среднесрочном периоде следует **опираться на текущие ценности и поведенческие установки**; а во-вторых, для перехода на целевую траекторию развития в долгосрочном периоде следует предусмотреть систему мер, способствующих желаемому ценностному сдвигу.

Нижеследующие рекомендации будут разделены на четыре части. **Первая, исходя из текущих ценностей и поведенческих установок**, будет посвящена прохождению развилок по типам реформ. Во второй будут предложены рекомендации по развитию ценностей, ориентированных на инновационное разви-

тие[18] и поддержку реформ. В третьей будут сделаны предложения по усилению и распространению способствующих реформам социокультурных характеристик. В четвертой будут представлены рекомендации для проектирования национально-специфических промежуточных институтов, направленных на сдвиг социокультурных характеристик населения для стимулирования инновационного развития и экономического роста.

[18] Более подробно о способах стимулирования инновационного развития и предпринимательства, а также о возможных способах ускорения региональных реформ см. Приложение 6.

4.1. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕФОРМ В РОССИИ С УЧЕТОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СПЕЦИФИКИ: РАЗВИЛКИ

Шоковые или градуалистские реформы?

При высоком показателе **долгосрочной ориентации** в России более эффективными могут оказаться градуалистские реформы, предполагающие реализацию процедуры согласования интересов различных стейкхолдеров, учет долгосрочных выгод, даже если вводимые преобразования в краткосрочном периоде могут быть сопряжены с временными издержками[19].

При высоком показателе избегания неопределенности более эффективными в реализации могут оказаться шоковые реформы. Однако такого рода реформы в большинстве своем приводят к радикальному снижению институционального доверия, что может полностью элиминировать положительный эффект от проведенного преобразования. Соответственно, для повышения вероятности успешной реализации градуалистской реформы при высоком уровне избегания неопределенности необходимы подробные публичные разъяснения долгосрочных выгод и положительных эффектов от реализуемой реформы. Также важно помнить, что при проведении градуалистских реформ повышаются риски консолидации групп специальных интересов, которые способны заблокировать проводимые преобразования.

Следовательно, в обществах с высоким уровнем избегания неопределенности проведение градуалистских реформ должно в обязательном порядке сопровождаться:

- масштабной информационной кампанией, разъясняющей населению выгоды проводимой реформы, для обеспечения общественного признания важности реформы и ее легитимности;

---

[19] Важно подчеркнуть, что долгосрочная ориентация по Хофстеде не тождественна длинному горизонту планирования. Первое понятие характеризует готовность людей адаптировать прошлый опыт к вызовам будущего, прикладывать долгосрочные усилия для достижения цели; второе же понятие характеризует период, на который такие цели ставятся. Для российского общества характерна долгосрочная ориентация по Хофстеде при коротком горизонте планирования.

Таблица 6. Прохождение развилок при реализации реформ с учетом текущих ценностей и поведенческих установок населения России.

Развилка	Шоковые реформы	Градуалистские реформы
Содействующие социокультурные характеристики	Высокое избегание неопределенности	Высокая долгосрочная ориентация
Риски и ограничения	Радикальное снижение институционального доверия	Неприятие реформ вследствие высокого избегания неопределенности; консолидация групп специальных интересов, способных заблокировать проводимые преобразования

Развилка	Запуск реформы «снизу»	Запуск реформы «сверху»
Содействующие социокультурные характеристики	–	Высокая дистанция власти
Риски и ограничения	Высокая дистанция власти Низкий уровень бриджингового социального капитала	Ограниченный потенциал: далеко не всегда реформы принимаются обществом и естественным образом развиваются в отсутствие явных усилий со стороны реформаторов

Развилка	Позитивные стимулы	Антистимулы
Содействующие социокультурные характеристики	–	–
Риски и ограничения	Высокие затраты, если реформа предусматривает участие и вовлечение широких общественных групп	Риск снижения институционального доверия

Развилка	Проектный подход	Институциональный подход
Содействующие социокультурные характеристики	Высокая дистанция власти Высокое избегание неопределенности	–
Риски и ограничения	Неумение действовать в рамках заданных программ (особенно в условиях невысокого качества институциональной среды) в течение длительного периода вследствие низкой маскулинности	Невысокое качество институциональной среды

- разработкой специальных компенсационных сделок для групп специальных интересов, проигрывающих от проектируемых изменений, что снизит вероятность противодействия со стороны групп, имеющих для этого достаточное количество ресурсов.

Запуск реформы «снизу» или «сверху»?

При высокой **дистанции власти** эффективно проведение реформ «сверху». Это связано с тем, что в странах с высокой дистанцией власти патерналистски настроенное население, как правило, более инертно и пассивно. Как следствие, от него не стоит ожидать массовых инициатив по реформированию. Одновременно с этим высокая дистанция власти (проявляющаяся в том числе в высокой иерархичности общества) способствует высокой адаптивности и терпимости населения к действиям властей, сплоченности вокруг лидера и принятию почти любых институциональных преобразований, запущенных «сверху». Следует тем не менее помнить об ограниченном потенциале такого рода реформ. Далеко не всегда, несмотря на апатию и пассивность общества, они им принимаются и естественным образом развиваются в отсутствие явных усилий со стороны реформаторов.

Низкий уровень **бриджингового социального капитала** актуализирует проблему субъектности, то есть отсутствия коллективного субъекта, представляющего интересы той или иной общественной группы и способного принимать участие как в кооперационном и конкурентном процессе проектирования реформ, так и в контроле за их реализацией, что также существенно снижает вероятность массовой реализации реформ «снизу».

«Кнут» или «пряник»?

Одним из ключевых принципов институционального проектирования является принцип достаточного разнообразия стимулов [Тамбовцев, 2008]. Суть его заключается в необходимости учета множества мотивов и стимулов разных стейкхолдеров, и задача реформаторов состоит в создании максимально возможного набора стимулов и антистимулов для общественного признания реализуемой реформы. Таким образом, несколько огрубляя, вопрос ставится так: как стимулировать население — открывающимися позитивными перспективами в случае проведения реформы или угрозами неблагоприятного развития ситуации в случае сохранения статус-кво?

Высокий уровень **избегания неопределенности,** как было упомянуто выше, актуализирует необходимость проведения масштабной общественной информационной кампании, разъясняющей населению выгоды и перспективы, открывающиеся в случае успешной реализации реформы. Но если проектируемая реформа предусматривает участие и вовлечение широких общественных групп, то для преодоления патернализма, обусловленного высокой **дистанцией власти**, может потребоваться подключение антистимулов, в том числе за счет угроз (кризиса/нищеты и т. д.) при сохранении статус-кво, что может приводить к снижению институционального доверия.

Проектный или институциональный подход?

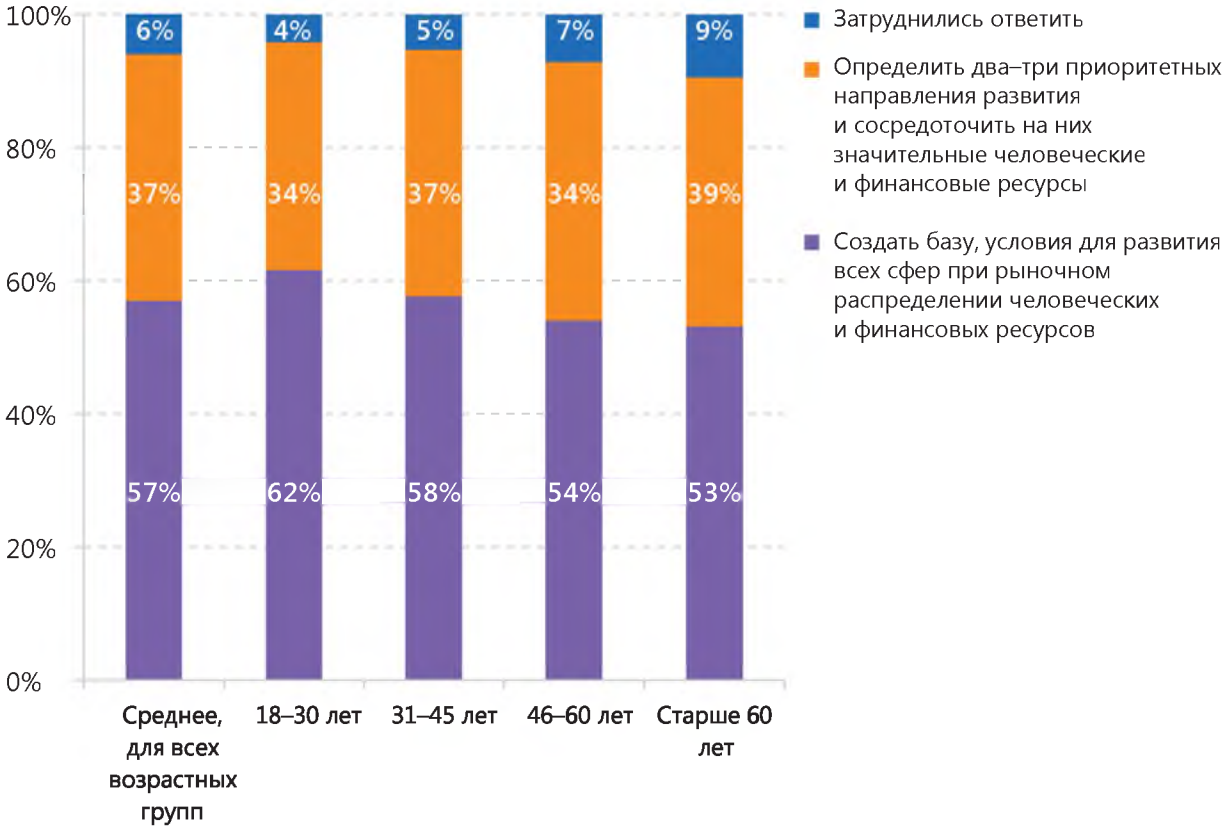
Высокие показатели **дистанции власти** и **избегания неопределенности**, свойственные российскому населению, обусловливают эффективность ручного управления, использования проектного подхода. Вместе с тем другой характерной особенностью российского общества является высокая склонность к краткосрочным мобилизационным усилиям, «рывкам» и отсутствие способности действовать в рамках заданных программ (в особенности в условиях невысокого качества институциональной среды) в течение длительного периода, что является следствием низкой маскулинности.

Соответственно, **в российских условиях любые программы развития, реализуемые в рамках проектного подхода, как правило, довольно активно стартуют и дают определенные краткосрочные результаты, но через два–три года затухают, происходит откат и срыв реформ.** Таким образом, нынешний социокультурный профиль российского общества дает возможности для реализации проектного подхода, но не создает условия для перевода проектов в «автоматический» режим функционирования и получения устойчивых высоких результатов в течение длительного времени.

При этом, по результатам опроса «Мнения россиян о реформах», 57% респондентов считают, что при проведении преобразований, направленных на повышение уровня жизни россиян и рассчитанных на долгосрочную перспективу, необходимо создавать базу, условия для развития всех сфер при рыночном распределении человеческих и финансовых ресурсов (см. рисунок 14). А 37% отметили, что необходимо определить два-три приоритетных направления развития, на которых следует сосредоточить значительные финансовые и человеческие ресурсы. Другими словами, по мнению опрошенных, институциональный подход к проведению преобразований предпочтительнее проектного. Наибольшей поддержкой институциональный подход пользуется у респондентов в возрасте с 18 до 30 лет (62%).

Таким образом, **требуется разработка специальной системы мер, национально-специфических промежуточных институтов, способствующих ценностному сдвигу (о чем пойдет речь далее) с постепенным переключением от проектного к институциональному подходу.**

Рисунок 14. Распределение ответов о необходимости проектного/институционального подхода при проведении реформ в разных возрастных группах



Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

4.2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СПОСОБСТВУЮЩИХ РЕФОРМАМ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Общие рекомендации по изменению социокультурных характеристик населения

Для успешной имплементации реформ и обеспечения долгосрочного позитивного эффекта от институциональных преобразований необходимо целенаправленное изменение социокультурного профиля (ценностей) российского общества для того, чтобы он поддерживал проводимые преобразования, а не блокировал их. При этом следует учитывать ряд ограничений, сопряженных с изменением социокультурных характеристик (ценностей).

1. Риски, связанные с **резким изменением ценностей:**

- Риск **утраты национальной идентичности**, когда население в целом или отдельные его группы перестают отождествлять себя со страной проживания, с гражданской нацией.

  Для сохранения национальной идентичности следует начинать с корректировок отдельных социокультурных характеристик – так, чтобы бо льшая часть ценностного профиля оставалась неизменной.

- Риск **отторжения прививаемых ценностей**, когда текущий ценностный профиль вступает в противоречие с новыми ценностями, создавая тем самым барьер для их распространения.

  Для «приживаемости» новых ценностей целенаправленный ценностный сдвиг должен осуществляться постепенно, с учетом исторического прошлого, текущего символического пространства, устоявшихся ценностных представлений людей.

- Риск **атомизации общества**, когда возникновение непримиримых ценностных противоречий между отдельными индивидами или группами индивидов резко снижает уровень межличностного и/или институционального доверия, сильно затрудняет коллективные действия и не дает гражданам возможности осуществлять успешное социальное взаимодействие. Речь может идти о крайне широком наборе линий напряженности, «социокультурных расколов» («разрывов»): поколенческих, религиозных, межрегиональных, профессиональных, социальных, этнических и т. д.

  Для снижения риска атомизации процесс изменения ценностей должен учитывать динамику уровня доверия в обществе, обеспечивать его повышение, но при этом максимально полно (насколько это возможно) учитывать специфику отдельных групп населения, чтобы не приводить к обострению ценностных разрывов.

2. Социокультурные характеристики зачастую **работают в связке**, т. е. при проектировании изменения ценностей необходимо учитывать влияние социокультурных характеристик как по отдельности, так и в комплексе.

3. **Ценности обладают высокой инертностью.** Зачастую для сдвига социокультурных показателей необходима многолетняя целенаправленная политика по трансформации ценностей [Харрисон, 2014]. Ценности также могут трансформироваться в результате различных «шоков»: геополитических изменений [Whitt, Wilson, 2007; Bauer et al., 2011], макроэкономических потрясений [Giuliano, Spilimbergo, 2014], рывков научно-технического прогресса [North, 1990], реформ в образовании [Cantoni et al., 2014].

Для сохранения национальной идентичности, снижения риска отторжения прививаемых ценностей, а также риска атомизации общества при проектировании реформ рекомендуется **учитывать** следующие характеристики[20], свойственные российскому социокультурному профилю, но **не подвергать их** «принудительной» корректировке:

- **Феминность** может выступать социокультурным преимуществом при развитии инноваций, например, связанных с глобальной тенденцией кастомизации (индивидуализации) предоставляемых услуг и предлагаемых потребителям товаров, перевода наиболее трудоемких/вредных секторов экономики на технологии, не требующие участия человека.

  Распространение инноваций, связанных с персонализацией товаров и услуг, с их подстраиванием под нужды и предпочтения конкретного потребителя, может опираться на высокую адаптивность, обусловленную феминностью российского общества. В этом отношении Россия находится в общемировом тренде: исследователи отмечают снижение маскулинности во многих странах, в том числе в США, Германии, Японии. Этот процесс связывается с изменениями внутри производственного сектора (сокращение трудоемких

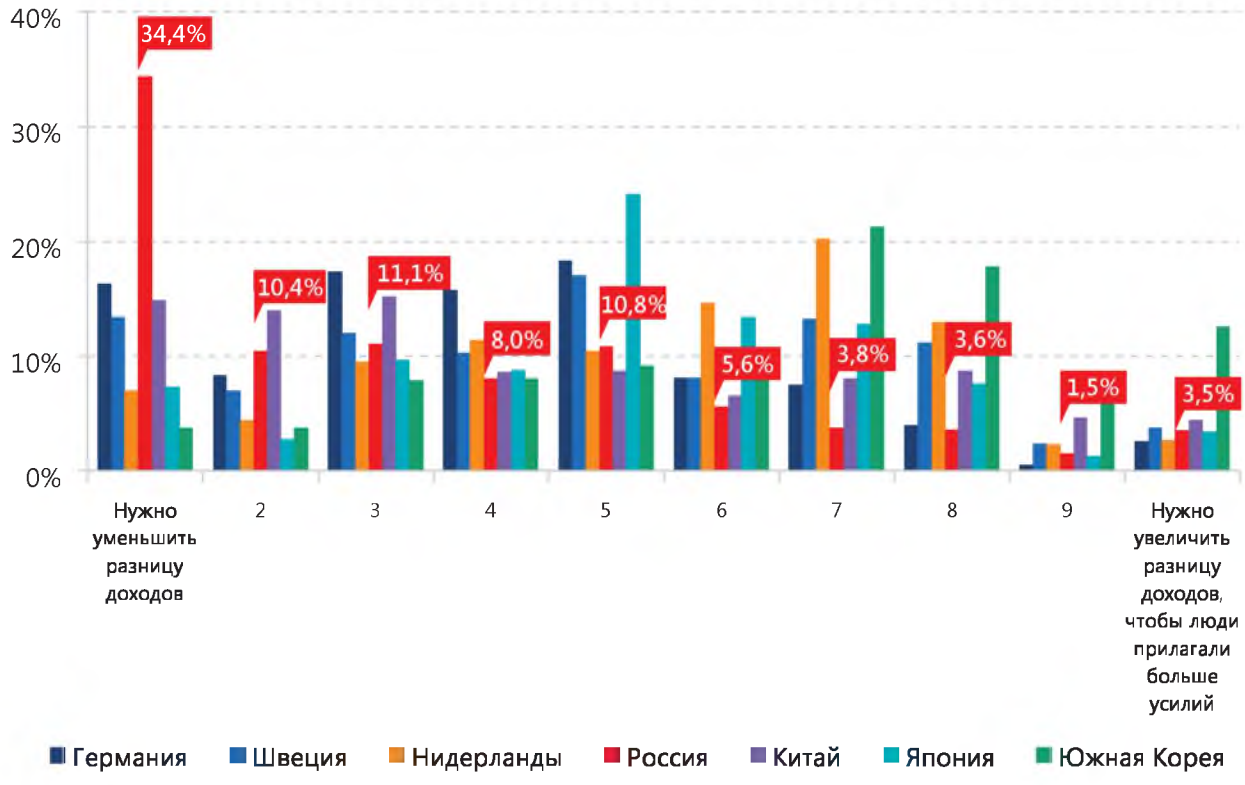
[20] Полный перечень используемых в данном отчете социокультурных характеристик с определениями приведен в Приложении 1.

производств либо за счет автоматизации, либо за счет переноса в третьи страны) и с трансформацией структуры рынка труда [Fernandez, 1997; Yamamura et al., 2003].

- **Коллективизм** является одной из наиболее инертных социокультурных характеристик, поскольку напрямую связан с историческими истоками национальной культуры [Hofstede et al., 1991].

  Для общества, где высокий коллективизм сочетается с феминностью, как правило, важным вопросом является снижение неравенства, в том числе имущественного. Согласно результатам World Values Survey, в России люди в значительно большей степени ценят социальное равенство, чем в западных (Германии, Швеции) и восточных (Китае, Японии, Южной Корее) странах [World Value Survey, 2011] (см. рисунок 15).

Рисунок 15. Отношение к неравенству по доходам: доли респондентов, придерживающихся разных мнений о разнице доходов



Источник: World Values Survey, 2011. 1 = полностью согласен с мнением, расположенным слева («Нужно уменьшить разницу доходов»), 10 = полностью согласен с мнением, расположенным справа («Нужно увеличить разницу доходов, чтобы люди прилагали больше усилий»)

Заложенное на ценностном уровне стремление к снижению неравенства может использоваться при имплементации соответствующих реформ, но, главное, может **стать предпосылкой для развития по пути «милого», или «мягкого», (cuddly) капитализма**. Подобный тип социально-экономической системы присущ, например, скандинавским странам; он ориентирован на нужды и комфорт населения; его целью является социальное равенство и социальная стабильность. В противоположность ему модель «беспощадного», «жесткого» (cutthroat), капитализма (например, в США) ориентирована прежде всего на радикальное снижение административных барьеров, конкуренцию и развитие бизнеса [Acemoglu et al., 2012].

- **Долгосрочная ориентация**, присущая российскому обществу, в целом способствует гибкой адаптации прошлого опыта к вызовам настоящего и будущего, а также готовности прилагать усилия для достижения отложенных по времени результатов.

  Но поскольку долгосрочная ориентация и горизонт планирования, которым оперируют люди, не обязательно являются связанными переменными, то короткий горизонт планирования россиян не позволяет использовать долгосрочную ориентацию как конкурентное преимущество. Короткий горизонт планирования в российском случае может быть следствием низкого качества институциональной среды и высокого уровня избегания неопределенности. В этих условиях потенциальные положительные эффекты долгосрочной ориентации заблокированы.

Для того чтобы раскрыть конкурентный потенциал, заложенный в присущих России высоких уровнях феминности, коллективизма и долгосрочной ориентации, необходимо создать соответствующие институциональные условия: снизить общую неопределенность, повысить качество функционирования формальных институтов, реализовать принцип верховенства права (правила едины и действуют для всех, в том числе для элит).

Иные же социокультурные характеристики являются существенным барьером для инновационного развития и проведения реформ. По этой причине необходимы промодернизационные сдвиги социокультурного профиля, на что и будут направлены нижеследующие рекомендации. Для развития ценностей, ориентированных на инновационное развитие и поддержку реформ, необходимо повышать институциональное доверие, наращивать бриджинговый социальный капитал, снижать избегание неопределенности и дистанцию власти.

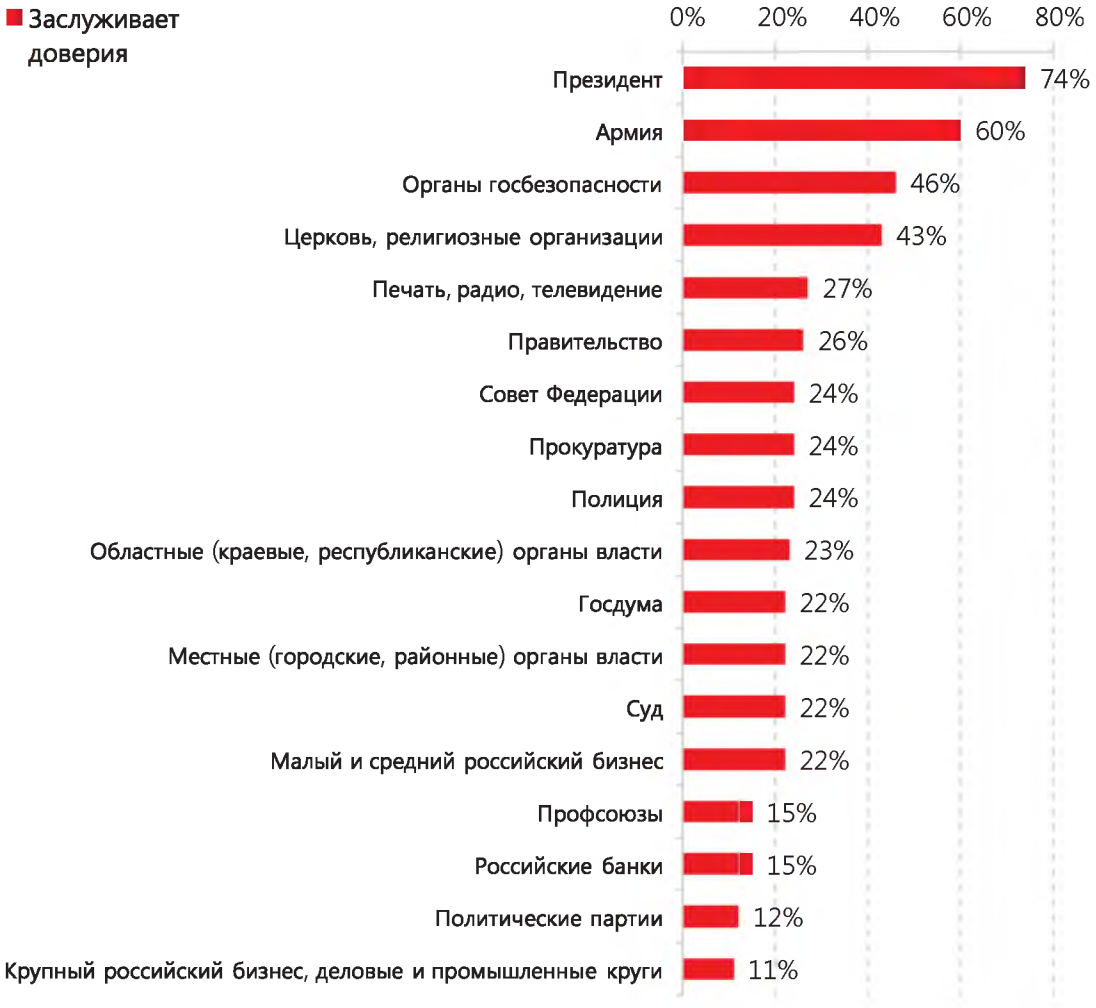
Меры по развитию ценностей должны быть комплексными, внутренне скоординированными и могут быть дифференцированы в соответствии с временным лагом, после которого появляются эффекты от их реализации. Согласно имеющимся данным, институциональное доверие и социальный капитал поддаются изменениям в краткосрочном периоде [Park, Chull Shin, 2006; Jennings, Stoker, 2004; Rohner et al., 2013]; избегание неопределенности – в

среднесрочном [Hofstede et al., 1992; Fernandez, 1997], а дистанция власти, самая инертная характеристика, – только в долгосрочном периоде [Hofstede et al., 1992; Fernandez, 1997].

Меры по повышению институционального доверия

Согласно данным «Левада-центра», во второй половине 2016 г. лидерами по институциональному доверию в российском обществе были президент (74%), армия (60%), органы госбезопасности (46%) и церковь (43%)[21]. При этом правительство как основной инициатор реформ заслужило доверие только 26% населения, а региональные органы власти –23%.

Рисунок 16. Уровень доверия россиян институтам



Источник: «Левада-центр», 2016

[21] Пресс-выпуск «Институциональное доверие» (2016): *http://www.levada.ru/2016/10/13/institutsionalnoe-doverie-2/*

По результатам проведенного ФОМ опроса «Мнения россиян о реформах», президенту доверяют 80% населения, главе области – 52%, главе города – 44%. Среди невластных институтов наибольшего доверия, по мнению респондентов, заслуживают университеты и научно-исследовательские институты (36%), малый и средний бизнес (32%). Таким образом, остро стоит задача повышения доверия невластным институтам, способным выступать основными субъектами реформирования.

Повышение институционального доверия возможно посредством следующих механизмов:

- **Повышение качества предоставления государственных услуг** [Bouckaert, Van de Walle, 2003; Kampen et al., 2006; Yang, 2007].

  Получение государственных услуг – один из основных способов взаимодействия граждан и власти; степень удовлетворенности населения государственными услугами влияет на уровень доверия власти. При этом важно, что негативный опыт оказывает гораздо более сильное влияние на доверие, чем положительный. В этой связи при оценке деятельности государственных органов важно уделять больше внимания т. н. мягким индикаторам (soft indicators) – удовлетворенности населения получаемыми услугами, степенью согласия с направлениями бюджетных расходов, – а также использовать механизмы обратной связи [Bouckaert, Van de Walle, 2003].

- **Развитие механизмов саморегуляции внутри государственной службы**, снижающих необходимость контроля за действиями властей со стороны общества и увеличивающих уровень доверия к ней за счет того, что оппортунистическое поведение госслужащих становится теперь очевидно менее выгодным им самим. К механизмам саморегуляции, пресекающей попытки оппортунизма, можно отнести:

  I репутационные механизмы, опирающиеся на нормы профессионального сообщества, в том числе сотрудников органов государственной службы;

  II прозрачные процедуры рассмотрения жалоб и судебных разбирательств [Levi, 1998].

- **Обеспечение достоверности обязательств** за счет следования органами власти следующим принципам [Levi, 1998]:

  I *Принуждение:* если граждане видят, что условные «безбилетники» (например, те, кто не платит налоги) наказываются, то люди больше доверяют государству как органу, способному работать эффективно.

  II *Универсализм:* если государство при найме на работу, в своей повседневной работе и при принятии решений руководствуется критериями равенства, то люди больше доверяют государству как честному агенту.

III *Равные для всех институты:* если люди воспринимают функционирующие правила, установленные государством, как одинаково справедливые и честные для всех, это увеличивает уровень доверия.

IV *Участие:* если государство привлекает людей к процессу принятия решений, это также повышает уровень доверия [Dyck, 2009].

64% опрошенных готовы принимать участие в распределении части местного бюджета. При этом для 11% возможность самим предлагать направления расходования средств, а не действовать только в рамках заданного государством набора является главным условием участия в подобном партиципаторном бюджетировании при наличии такой возможности.

- **Развитие прямых каналов связи**, в частности, электронного правительства.

  Важно, чтобы взаимодействие было эффективным, поскольку само наличие электронного правительства не обязательно ведет к росту доверия [Welch et al., 2005; Parent et al., 2005]. Эффективное взаимодействие с помощью такого механизма подразумевает не только предоставление информации с помощью интернет-ресурсов, обеспечивающее прозрачность деятельности государственных органов, но и интерактивность сайтов: удобный интерфейс и активное реагирование на запросы пользователей.

- **Вовлечение в процесс реформирования неправительственных организаций, которым в наибольшей степени доверяют люди.** Организации, пользующиеся относительно высоким доверием общества (в настоящее время это университеты и научно-исследовательские институты, а также малый и средний бизнес), могут быть использованы как трансляторы информации о реформах.

Меры по наращиванию бриджингового социального капитала

Понятие социального капитала характеризует распространенность норм честности, доверия и кооперации, принятых в обществе/группе/организации [Putnam, 1995]. Соответственно, бриджинговый социальный капитал отражает наличие связей между людьми, «непохожими друг на друга» [Gittell, Vidal, 1998], распространение норм честности, доверия и кооперации на всех людей, в том числе не входящих в постоянный круг общения.

Важную роль в накоплении бриджингового социального капитала на **микроуровне** играет институт **семьи**: именно в семье формируются основные социальные навыки ребенка [Halpern, 2005; Avvisati, Gurgand, Guyon, & Maurin, 2014].

Далее на развитие социального капитала может влиять **образовательный процесс**

(в частности, через кооперативные навыки, приобретаемые детьми в школе). Акцент на групповых методах ведения занятий (работа в группах при изучении материала и при обсуждениях на уроках) положительно сказывается на уровне межличностного доверия, а также на склонности школьников к кооперации друг с другом и с учителем. В свою очередь, вертикальные формы преподавания (лекционное изложение материала с необходимостью конспектировать тезисы преподавателя без возможности дискуссий) оказывают отрицательное влияние на доверие школьников [Algan, Cahuc, & Shleifer, 2013]. Социальный капитал также может накапливаться в результате проведения **менторских программ**, которые представляют собой одну из форм развития навыков кооперации [Halpern, 2005].

Развитие **волонтерских программ** с максимально широким спектром направленности, особенно среди детей, подростков и молодых людей, также способствует накоплению социального капитала. Помимо эффекта повышения навыков коммуникации и кооперации непосредственно для членов волонтерских организаций, деятельность волонтеров обеспечивает производство благ в общественном секторе. Не менее важно поддержание и развитие международных волонтерских программ, направленных на общение между детьми и подростками разных национальностей в разной культурной среде [Halpern, 2005].

На мезоуровне накопление бриджингового социального капитала между разными организациями может быть обеспечено путем развития **профессиональных связей** между ними. Исследования показывают, что наличие сильных многочисленных профсоюзов оказывает положительное влияние на качество трудовых отношений между работниками и работодателями, обеспечивает постоянное взаимодействие между ними, что в итоге приводит к взаимному доверию [Aghion, Algan, & Cahuc, 2007].

Широкие межотраслевые ассоциации способствуют принятию игроками интересов друг друга, благодаря чему их члены демонстрируют склонность к проведению политики, выгодной широкому кругу игроков [Pyle & Solanko, 2013]. Положительный эффект могут дать программы, направленные на установление связей между технологическими предприятиями малого и среднего бизнеса[22]. Развитие социального капитала между фирмами привело к повышению их инновационности и улучшению бизнес-результатов, при этом наиболее эффективными оказались программы по стимулированию международного сотрудничества [Cooke & Wills, 1999].

Создание городских **общественных пространств**, способствующих установлению контакта с другими жителями и формированию атмосферы кооперации, также является одним из способов обеспечить повышение социального капитала [Halpern, 2005; Wood et al.,

[22] Например, подобные программы существуют в ЕС: European Union Science and Technology Programmes, Cooperative Research Action for Technology и Strategic Programme for Innovation and Technology Transfer.

2008]. Так, наличие «тупиковых улиц»[23] способствует формированию социальных связей и доверия между жителями «карманов», благодаря отсутствию на этих территориях «чужих» людей – лиц, не проживающих в данном районе [Halpern, 2005; Wood et al., 2008]. Наличие парков и зеленых зон создает возможность для случайных, незапланированных взаимодействий между людьми (в первую очередь между жителями одного района), а также обеспечивает территорию для организации совместных мероприятий между сообществами [Park People, 2017; Leyden, 2003].

Предоставление **социального жилья** в благополучных районах малообеспеченным группам также может способствовать установлению связей между представителями низкодоходных слоев населения и средним классом, приводя к накоплению бриджингового социального капитала, а также [Halpern, 2005] облегчая поиск работы для первых [Granovetter, 1973]. Это в конечном счете может привести не только к укреплению доверия в обществе, но и выходу жителей из т. н. «ловушки бедности»[24]. Кроме того, точечное переселение в благополучные районы позволяет предотвратить превращение социального жилья в гетто.

Одним из способов формирования бриджингового социального капитала **на макроуровне** являются **программы гражданского обучения** в школах и университетах [Putnam, 1995; Agostino, 2006]. Подобные программы действуют на общенациональном уровне в Нидерландах, Бельгии, Франции, а также на уровне отдельных колледжей и университетов (например, CASE program of Rutgers University) и направлены на объяснение молодым людям базовых представлений о гражданских правах, взаимодействии в обществе, кооперации.

Развитие **бонусных программ**, предусматривающих возможность накопления баллов **за общественную деятельность**, которые можно обменять на услуги из определенного перечня, также способствует формированию и накоплению социального капитала. Преимущество данного механизма над оплачиваемой общественной работой заключается, во-первых, в возможности внешнего стимулирования людей к просоциальной активности без сильного размывания альтруистических стимулов [Bénabou, Tirole, 2006]; во-вторых, в формировании у людей представления «Я обществу – общество мне», способствующего повышению общественной кооперации и институционального доверия.

Примерами такого рода инициатив (хоть и несовершенными с точки зрения стимулирования подобного поведения) в России могут служить такие платформы, как «Активный гражданин» и «Наш город». Участие в голосованиях «Активного гражданина» позволяет обменивать накопленные баллы на транспортные карты, парковочные часы, билеты в парки, театры и т. д., в то время как более затратный с точки зрения времени и сил общественный контроль

[23] «Тупиковая улица» – улица, имеющая заезд/выезд только с одного конца. Позволяет ограничить автомобильное и пешеходное движение.

[24] Ловушка бедности – равновесное самовоспроизводимое состояние низкого дохода домохозяйства, преодоление которого оказывается зачастую невозможным без внешних положительных изменений в окружающей среде [Ravallion, 2012].

за порядком в городе на портале «Наш город» позволяет приобрести лишь условный статус «стража порядка» или «градоначальника», неконвертируемый в какие-либо блага.

Закономерным образом, недостаточное внимание к вопросам доверия в обществе может негативно сказаться на успешности реализации той или иной государственной политики. С одной стороны, это может приводить к снижению эффективности проводимых мер, с другой – к размыванию «запасов» социального капитала. И то, и другое ведет к долгосрочным отрицательным последствиям для уровня благосостояния и удовлетворенности жизнью граждан. Некоторые страны (например, Ирландия) уже сейчас внедряют требования к оценке влияния мер государственной политики на социальный капитал. В отдельных случаях разрушение старых социальных связей (например, криминальных, коррупционных сетей) может быть полезно для развития, что еще раз подчеркивает необходимость анализа каждого конкретного случая.

Примеры недоучета специфики социального капитала при имплементации мер социально-экономической политики

Кейс сноса трущоб (slum clearance programs)

В США и Европе широко применялись программы массового сноса трущоб и масштабного переселения их жителей в новое жилье. Проводимые исследования показали психологический шок и продолжительную депрессию у людей, попавших под действие программы, вызванные разрушением социальных связей с друзьями, соседями и знакомыми [Halpern, 2005]. Данный опыт довольно актуален в свете программы по сносу пятиэтажных домов в Москве, что нельзя игнорировать при проектировании градостроительных проектов.

Строительство социального жилья

Классическим примером является строительство жилого комплекса «Пруитт-Айгоу» (Pruitt-Igoe) в Сент-Луисе (Миссури, США), предназначенного для переселения малообеспеченных семей [Halpern, 2005]. Масштабный проект, в рамках которого были построены 33 одиннадцатиэтажных здания, закончился превращением микрорайона в неблагополучное гетто с высоким уровнем преступности. Через 20 лет после постройки комплекс был полностью расселен и снесен из-за невозможности поддержания в нем порядка и функционирования социальных служб.

Во многом описанная ситуация стала результатом недостаточного внимания к установлению связей между представителями разных социальных групп и «замыкания» неблагополучного сообщества на самом себе. Это привело к воспроизводству деструктивных норм поведения.

Данный пример (как и предыдущий) свидетельствует о необходимости учета эффектов, оказываемых на уровень и специфику социального капитала, при разработке и реализации мер жилищной и социальной политики.

Меры, которые могут быть приняты для накопления бриджингового социального капитала, будут рассмотрены — в зависимости от характера их воздействия — на микро-, мезо- и макроуровне.

Микроуровень

- **Распространение программ по развитию коммуникаций родителей с детьми и детей с окружающим миром,** в т. ч. по развитию родительских объединений, направленных на обмен опытом между семьями, обучающих программ для молодых и будущих родителей и т. д.

- **Замещение вертикальных практик обучения в школах горизонтальными** посредством распространения таких форматов, как работа в группах, открытые обсуждения и другие формы горизонтального взаимодействия.

На данный момент мнение россиян по поводу желательности вертикальных или горизонтальных форм преподавания разделилось практически поровну: по результатам опроса «Мнение россиян о реформах», 41% считает, что ученик не должен подвергать сомнению слова учителя, спорить с ним; по мнению 55% респондентов, ученик может это делать.

- **Развитие менторских программ для школьников,** например:

  I по модели «взрослые — дети»: взрослый человек (например, предприниматель или общественный деятель) становится ментором класса в школе и курирует его (рассказывает о своем опыте решения тех или иных проблем, потенциальных ошибках, подсказывает алгоритм действий, помогает связями и т. д.) до момента выпуска школьников и их поступления в вузы, обеспечивая передачу опыта, знаний и поддерживая инициативы своих подопечных.

  II по модели «дети — дети» или «молодежь — дети»: курирование учащимися старших классов и студентами вузов школьников младших и средних классов. Преимущество

подобных программ заключается в том, что навыки кооперации, взаимопомощи и доверия развиваются не только у членов курируемых классов, но и у молодых кураторов.

- **Развитие волонтерских программ и необходимой инфраструктуры,** а именно:

  I развитие и распространение программ, объединяющих информацию о волонтерских организациях и проводимых ими мероприятиях в единую базу, позволяющую человеку найти интересующий его вид деятельности в одном месте;

  II развитие международных волонтерских программ, направленных на общение между детьми и подростками разных национальностей в разной культурной среде;

  III распространение нематериальных стимулов: учет волонтерской деятельности при поступлении в высшие учебные заведения; учет волонтерской деятельности по специальности в качестве научной или производственной практики в вузах; выдача сертификатов, грамот и благодарностей, учитываемых при устройстве на работу.

Рисунок 17. В каком из перечисленных проектов вы бы скорее приняли участие? (%)

Источник: опрос «Мнения россиян о реформах»

По данным опроса «Готовность к переменам», 74% россиян не участвовали в волонтерской деятельности за прошедший год. При этом, согласно результатам опроса «Мнения россиян о реформах», люди в большей степени готовы участвовать в общественных благотворительных проектах, организованных соседями по дому/двору/улице (60%) и коллегами по учебе/работе (40%) (см. рисунок 17).

Мезоуровень

- **Стимулирование обмена опытом между разными организациями** (в том числе на уровне работников), в частности:

  I поддержка деятельности профсоюзов;

  II развитие широких межотраслевых ассоциаций;

  III развитие программ, направленных на установление связей между технологическими предприятиями малого и среднего бизнеса, программ по стимулированию международного сотрудничества предприятий.

- **Проведение урбанистической политики, направленной на развитие социального капитала:**

  I переход от «улиц для автомобилей» к «улицам для пешеходов»: стирание границы между дорогой и тротуаром, на отдельных территориях — ограничение скорости автомобилей до скорости пешеходов, посадка деревьев вдоль дорог;

  II создание «тупиковых улиц»;

  III обустройство парков и городских зеленых зон.

- **Предоставление социального жилья в благополучных районах** за счет резервирования государством части квартир у застройщика под социальное жилье.

  Данная мера, вероятнее всего, будет иметь отложенный эффект, т. к. основными выгодополучателями такой политики будут дети из малообеспеченных семей, которые через общение со средним классом будут усваивать кооперативные нормы и устанавливать сети знакомств с более обеспеченными ровесниками.

  Также важно создавать условия для развития дружеских отношений между соседями, в т. ч. за счет поддержки инициатив наподобие «Школы добрососедских отношений»[25]

[25] Школа ставит своей целью научить людей уживаться вместе, договариваться и делать что-то сообща, проводить совместные мероприятия, превращая свой двор и улицу в безопасное и комфортное место (*https://www.facebook.com/schooldobro*).

и широкой трансляции позитивного опыта в социальных сетях, районных газетах, управах и т. д.

Макроуровень

- **Введение в школах программ гражданского обучения:**

Объяснение учащимся базовых понятий о гражданских правах, взаимодействии в обществе, кооперации с соблюдением следующих требований к подобного рода программам [Agostino, 2006]:

I сочетание обучения в классе с практической деятельностью;

II анализ полученных знаний и опыта (как в письменной форме, так и в формате дискуссий);

III разнообразие людей, участвующих в программах – взаимодействие молодых людей с людьми разных национальностей и достатка;

IV взаимодействие с местным сообществом.

Привлечение молодых людей к общественной жизни как можно с более раннего возраста, в частности, через формирование молодежных парламентов, снижение порога голосования до 16 лет и т. д.

Это поможет привить молодежи интерес к политике и общественной жизни, сформировать у нее кооперативные установки и способствовать расширению членства в гражданских организациях.

- **Введение бонусных программ за участие в общественной деятельности.**

Создание механизма накопления баллов за общественную деятельность, которые можно обменять на определенные услуги по фиксированному перечню. Баллы, например, могут начисляться за участие в субботниках, уход за пожилыми, а потратить их школьник может на обеды в школе, старшее поколение – на прием у врачей вне очереди, расширенную социальную помощь и пр. [Halpern, 2005].

Меры по снижению избегания неопределенности

Для снижения показателя избегания неопределенности могут быть использованы следующие механизмы:

- Активное и максимально широкое продвижение **более свободных моделей воспитания детей и отношений в семье в целом**, поскольку воспитание оказывает заметное воздействие на уровень избегания неопределенности.

  Как правило, в обществах с высоким избеганием неопределенности принято воспитывать детей с помощью строгих правил и запретов [Hofstede et al., 2010]. Альтернативой является предоставление ребенку разумной свободы выбора с обозначением рамок допустимого и объяснением потенциальных последствий различных поступков.

- **Изменения в образовательной системе,** связанные с изменением модели отношений в школе в целом и во время учебного занятия в частности.

  В обществах с высоким избеганием неопределенности ожидается, что учитель (и старшие в целом) должны знать ответы на все вопросы, а их мнение в общем непререкаемо [Hofstede et al., 2010]. Альтернативной этому является переход от исключительно вертикальных форм воспитания и обучения в рамках образовательного процесса к горизонтальным, предполагающим наличие обратной связи и возможностей для дискуссий; не управление и руководство со стороны учителя, а сотрудничество.

- **Повышение институционального доверия,** поскольку уровень избегания неопределенности связан с уверенностью людей в своем будущем и в «надежности» окружающего их мира [Fernandez et al. 1997].

  Рекомендации по повышению институционального доверия приводятся выше в данном разделе.

- **Повышение финансовой грамотности для низкодоходных групп** населения, поскольку именно эти группы, с одной стороны, характеризуются высоким уровнем избегания неопределенности, а с другой — нередко попадают в т. н. ловушку бедности, когда их общее тяжелое финансовое положение является устойчиво воспроизводимым, во многом из-за психологических/поведенческих причин.

  Среди всего разнообразия программ повышения финансовой грамотности и разумного финансового поведения выбор должен быть сделан в пользу тех, которые учитывают поведенческие особенности потребителей финансовых услуг, особенно относящихся к низкодоходной категории населения[26]. Эти программы должны создавать систему внешних положительных стимулов и условий, позволяющих разорвать порочный круг

[26] Специалисты по поведенческой экономике показывают (Dohmen et al., 2010; Mani et al., 2013), что у людей, которые сталкиваются с необходимостью постоянно думать о своих финансовых проблемах и которым постоянно не хватает денег, снижаются когнитивные способности, позволяющие принимать грамотные финансовые решения. Психологические особенности, связанные с отношением к риску, с межвременными соотношениями выгод и издержек, у них выражены сильнее, а риск ошибки выше.

принимаемых человеком неоптимальных финансовых решений, повысить уровень его благосостояния и – опосредованно – снизить уровень избегания неопределенности.

- Поддержание **гражданского мира и гармоничное развитие общества,** поскольку в целом повышение показателя избегания неопределенности связано с периодами напряженности и конфликтов (когда повышается уровень тревожности населения, неуверенности в завтрашнем дне) [Hofstede et al., 2010].

Меры по снижению дистанции власти и, как следствие, патерналистских настроений населения

Согласно исследованиям, дистанция власти – один из самых инертных показателей; в значительной степени он определяется исторически сложившимися формами отношений внутри общества, а также в чистом виде экзогенными факторами – вплоть до климатических особенностей и пространственных характеристик среды, в которой обитает конкретный социум [Hofstede et al., 2010].

Для снижения дистанции власти и патерналистских настроений должны прикладываться постоянные и длительные усилия; необходимо осознавать, что эффект они дадут лишь в долгосрочной перспективе. Эти усилия могут быть реализованы по следующим направлениям:

- **Последовательное содействие изменению системы отношений между детьми и родителями** в пользу большей независимости первых, в частности, более раннему началу самостоятельной жизни, поскольку один из основных фиксаторов высокой дистанции власти – это расширенная семья, когда в одном домохозяйстве совместно проживают несколько поколений [Hofstede et al., 2010].

  Одно из ключевых условий для такой трансформации – это развитые и доступные сфера социальных услуг и жилищная сфера. Работающие молодые женщины должны иметь возможность отдать ребенка в хороший детский сад рядом с домом. Молодые люди, начинающие самостоятельную жизнь (например, в связи с началом учебы в университете), должны иметь возможность снять подходящее доступное жилье на прозрачных условиях на конкурентном рынке. Пожилые люди должны иметь широкий спектр возможностей как по занятию интересным для них делом, так и по проживанию в удобных для них условиях со всем необходимым комплексом социальных и медицинских услуг.

- Как и в случае с избеганием неопределенности, для снижения дистанции власти необходимы **изменения в образовательной системе,** поскольку стиль преподавания и отношения между учеником (студентом) и учителем (преподавателем) во многом определяют уровень и этого показателя [Hofstede et al., 2010].

Обучение, в центре которого стоит учитель как главное лицо принятия решений, способствует увеличению дистанции власти, и наоборот. Обучение в университете способствует снижению дистанции власти у студентов и росту индивидуализма, причем направленность образования также имеет значение. Так, некоторые исследователи отмечали, что изучение общественных наук в России 1990–2000-х в целом имело больший потенциал по снижению дистанции власти. Причина, возможно, состоит в том, что, с одной стороны, советская научная школа была здесь частично дискредитирована, а с другой – формирование «нового лица» общественных наук шло «под определяющим влиянием западной культуры» [Латова и др., 2006].

- **Последовательное развитие самых разных (не фиктивных и не имитационных) каналов коммуникации** между властью и обществом [Cripps, 2015].

  Например, развитие эффективной коммуникации с помощью инструментов электронного правительства делает государственные услуги и власть в целом более доступными, что снижает дистанцию власти [Zhao, 2013].

4.3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УСИЛЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ СПОСОБСТВУЮЩИХ РЕФОРМАМ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

4.3.1. Усиление и распространение социокультурных характеристик, способствующих реформам, в различных сегментах российского общества[27]

Таргетированный подход, учитывающий различия в ценностных установках, позволяет обеспечить более быстрый сдвиг социокультурного профиля в сторону проинновационных и промодернизационных ценностей. При этом он снижает риски неприятия отдельными группами предлагаемых изменений и предотвращает образование «социокультурного раскола».

Таргетирование по уровню дохода

Анализ групп поддержки и групп критического отношения к институциональным преобразованиям по уровню дохода выявил потенциальное неприятие низкодоходными группами населения изменений, требующих их непосредственного участия, исходя из чего можно дать следующие рекомендации по развитию социокультурных характеристик, способствующих реформам:

- **Развитие менторских программ для малообеспеченных слоев населения.** Специализированные программы для детей из малообеспеченных семей (в т. ч. менторские программы, рассмотренные выше) могут способствовать накоплению человеческого и социального капитала, повышению уровня инициативности и снижению уровня избегания неопределенности посред-

[27] Имеются в виду социально-демографические группы российского общества, различающиеся своим отношением к реформам (подробнее см. раздел 3, а также Приложение 7) и требующие специфических мер, направленных на усиление и развитие ценностей.

ством формирования карьерной траектории и получения финансовой и консультативной поддержки во время обучения.

- **Программы повышения финансовой грамотности.** Повышение финансовой грамотности среди групп с низким уровнем дохода способствует накоплению сбережений и росту уверенности в будущем, снижает избегание неопределенности, увеличивает финансовую активность и горизонт планирования, а также приводит к росту институционального доверия к финансовым институтам, что в совокупности выражается в повышении уровня финансовой инклюзии.

- **Развитие городских общественных пространств.** Благодаря равному доступу к публичным пространствам для граждан с разным уровнем дохода, данная мера приводит к равномерному увеличению социального капитала в обществе. Спонтанное взаимодействие между разными группами населения снижает проблему социальной изоляции, а также повышает возможность вовлечения низкодоходных групп граждан в общественные проекты районного уровня.

- **Распространение историй успеха среди низкодоходных категорий граждан.** Специализированные программы по развитию предпринимательства среди малоимущих категорий населения, формирование притягательного в общественном сознании образа человека, достигшего своих целей собственным трудом и усилиями, распространение историй успеха (например, в образовательных учреждениях) будут способствовать выравниванию отношения к труду среди разных категорий граждан. Значительный вклад в изменение обозначенной социокультурной установки может быть обеспечен улучшением работы социальных лифтов, в частности, через образование.

Таргетирование по возрасту

Высокий потенциал поддержки изменений был выявлен у населения в возрасте до 30 лет, низкий — у населения в возрасте старше 60 лет. Для сбалансированного изменения социокультурного профиля россиян в возрастном разрезе предлагается использование следующих мер:

- **Привлечение населения в возрасте старше 60 лет к общественной деятельности в районе проживания.** 68% респондентов (по данным опроса «Мнения россиян о реформах») старше 60 лет готовы участвовать в общественных благотворительных проектах, организованных соседями по двору/дому/улице. Это открывает возможности по привлечению людей старшего поколения к активности «на местах» и потенциально способно повышать уровень доверия и кооперации среди групп пенсионного возраста.

- **Повышение качества оказания государственных услуг в поликлиниках и пенсионных фондах**. Регулярный позитивный опыт взаимодействия граждан (в первую очередь

пожилых) с государственными институтами способствует формированию институционального доверия, конвертируемого в поддержку реформ, предлагаемых властью.

- **Вовлечение молодежи в волонтерские организации и общественные проекты под эгидой образовательных и научных учреждений.** Высокий уровень институционального доверия научным учреждениям у людей в возрасте до 30 лет в сочетании с высокой готовностью к участию в гражданских инициативах создает потенциал для повышения уровня межличностного доверия и кооперации. Распространение таких проектов позволит молодому поколению стать драйвером для смены поведенческих паттернов общества, в частности, для снижения патерналистских настроений.

Таргетирование по типу населенного пункта

Анализ групп поддержки и групп критического отношения к реформам в зависимости от типов населенных пунктов проживания респондентов выявил следующее:

- значительный потенциал поддержки реформ, требующих активного участия граждан, наблюдается у жителей крупных городов;

- потенциал поддержки реформ «сверху» и реформ, связанных с предпринимательской деятельностью, присутствует у людей, проживающих в сельской местности.

Для корректировки социокультурного профиля предлагаются следующие меры, зависящие от типа населенного пункта:

- **Внедрение в крупных городах продвинутых форм самоуправления.** Например, создание районных советов для решения локальных проблем, требует активного вовлечения граждан. Высокая готовность жителей крупных городов к участию в общественных проектах делает внедрение описанных форм местного самоуправления наиболее перспективными в городах-миллионниках.

- **Внедрение индивидуальных траекторий и горизонтальных образовательных практик** в Москве и крупных городах. 66% москвичей (против 55% в среднем по стране, по данным опроса «Мнение россиян о реформах») согласны с тем, что ученики могут спорить с учителем. Это отражает потребность в расширении горизонтальных образовательных практик в общеобразовательных учреждениях, что будет способствовать одновременно повышению социального капитала и снижению дистанции власти. Лучшие практики московских школ могут быть впоследствии распространены на школы в других крупных городах.

4.3.2. Усиление и распространение социокультурных характеристик, способствующих реформам, в разных группах регионов[28]

Для распространения промодернизационных социокультурных характеристик в регионах критического отношения к преобразованиям и для усиления таких характеристик в регионах поддержки предлагается адаптировать рекомендации под специфику групп регионов, выделенных по факторам социокультурного разнообразия.

ГРУППА 1 (регионы, родной язык большей части населения которых русский, при этом население демонстрирует сравнительно более высокую готовность к реформам)

В части развития ценностей, способствующих реформам:

- Использование широкого спектра инструментов по развитию и усилению социокультурных характеристик с акцентом на развитие способствующих реформам ценностей у тех сегментов общества, которые были классифицированы как группы критического отношения к институциональным преобразованиям, а именно низкодоходные группы населения (подробнее см. с. 86);

- Более активное внедрение и использование прямых каналов связи общества и власти для усиления институционального доверия, с одной стороны, и для получения реакции **на преобразования**, проводимые в пилотных регионах **данной группы**, с другой стороны.

В части развития человеческого капитала:

- поощрение международной мобильности в бизнесе и образовании;

- импорт современных образовательных программ в сфере предпринимательства и инноваций в профильные региональные вузы;

- более активное вовлечение состоявшихся предпринимателей в обучение молодежи, проведение мероприятий, направленных на межпоколенческую коммуникацию.

В части развития социального капитала:

- дополнительные (региональные) льготы для НКО, расширение возможностей участия НКО в принятии локальных хозяйственных и социально-экономических решений;

[28] Предлагаемые здесь рекомендации актуальны как для 13 регионов, вошедших в короткий список регионов поддержки, и регионов критического отношения к институциональным преобразованиям с точки зрения социокультурных предпосылок, так и для тех, которые в п. 3.3 не рассматривались.

- активное проведение градостроительной политики, направленной на создание общественных пространств и перехода к «городам для людей» (см. п. 4.2).

ГРУППА 2 (регионы, родной язык большей части населения которых русский, при этом население в существенной степени демонстрирует патерналистские настроения)

В части развития ценностей, способствующих реформам:

- Использование широкого спектра инструментов по развитию и усилению социокультурных характеристик с акцентом на развитие способствующих реформам ценностей у тех сегментов общества, которые в предыдущем разделе были классифицированы как группы критического отношения к реформам (прежде всего низкодоходные) (подробнее см. с. 86).

- Акцент на сокращении дистанции власти в регионах группы для постепенного снижения патерналистских настроений.

В части развития человеческого капитала:

- проведение межрегиональных мероприятий по обмену опытом в производственной и коммерческой сфере;

- распространение историй успеха и создание позитивного образа предпринимателя для снижения уровня патерналистских настроений и веры в удачу и связи как залог успеха.

В части развития социального капитала:

- поощрение развития всех форм бриджингового социального капитала.

ГРУППА 3 (регионы, существенную долю населения которых составляют люди с одним родным языком, отличным от русского)

В части развития ценностей, способствующих реформам:

- использование инструментов по развитию ценностей с учетом национальной специфики каждого региона, но без явного акцента на этническую и религиозную составляющие, иначе попытки ценностного сдвига могут быть расценены как угроза потери самобытности населения.

В части развития человеческого капитала:

- увеличение межрегиональной мобильности как в части образования, так и в части фор-

мирования межрегиональных рынков труда, поощрение предпринимательской мобильности и мобильности профессиональных кадров.

В части развития социального капитала:

- осуществление более интенсивного межрегионального культурного обмена, поощрение выступлений творческих коллективов в других регионах, увеличение числа гастролей, выездных выставок и т. п. из Москвы, Санкт-Петербурга, центральных регионов;

- акцент на повышение бриджингового социального капитала как на мезоуровне (внутри региона), так и на макроуровне (укрепление межрегиональных связей);

- создание региональных общественных организаций и землячеств для установления и поддержания связей с выходцами из региона, переехавшими в другие части страны (например, в Москву); подобные организации могут способствовать тиражированию столичных практик в регионы и росту взаимной кооперации.

ГРУППА 4 (регионы, в которых присутствует большое число различных этнических групп, языки которых также, соответственно, различны)

В части развития ценностей, способствующих реформам:

- использование инструментов по развитию ценностей с учетом национальной специфики каждого региона и этнических групп, проживающих на территории региона, но без явного акцента на этническую и религиозную составляющие, иначе попытки ценностного сдвига могут быть расценены как угроза потери самобытности населения.

В части развития человеческого капитала:

- усиление математической и естественнонаучной компонент образования с целью постепенного снижения проявлений «архаического» контекста локальных общественных отношений; проведение специальных программ дистанционного обучения предметам естественнонаучного цикла, при необходимости разработанных на локальных языках и на бумажных носителях (в силу относительно слабого распространения современных средств коммуникации и сети Интернет в локальных поселениях), без ограничений по возрасту обучающихся.

В части развития социального капитала:

- вовлечение в межкультурную коммуникацию за счет увеличения мобильности (специальные гранты для молодежи на обучение в других регионах с условием возвращения на малую родину на 3–5 лет; аналогично — программы повышения квалификации для старшего поколения);

- поэтапное внедрение инструментов развития ценностей: начиная с развития бриджингового социального капитала для усиления внутрирегиональной кооперации и заканчивая механизмами, связанными со спецификой межличностных отношений (в семье, между учеником и учителем и т. д.). Важно, чтобы подобного рода изменения не вызвали социального напряжения, поэтому требуется постоянный мониторинг социальных настроений и корректировка набора инструментов по его результатам;

- проведение мероприятий, направленных на развитие диалога и бриджингового социального капитала по горизонтальным (представители разных этнических групп) и вертикальным (граждане и власть) каналам: дни культуры других народов, открытые дискуссии между представителями власти и общества.

4.4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ПРОМЕЖУТОЧНЫХ ИНСТИТУТОВ

Промежуточные институты

При проектировании и проведении масштабных институциональных преобразований необходимо учитывать, что выход из устойчивого, но неэффективного институционального равновесия («институциональной ловушки») затруднен тем, что точечные улучшения в отдельных сферах в долгосрочном периоде необязательно приводят к переходу к целевому, лучшему институциональному равновесию.

Одна из ключевых причин этого – **социокультурная инерция** [Полтерович, 2007], то есть ситуация, когда социокультурные особенности страны ограничивают возможности по проведению институциональных преобразований, воздействуя как на скорость, так и на саму возможность их реализации. В результате отдельные преобразования/институты, эффективные в других странах, могут не восприниматься или вовсе отторгаться населением. Другими словами, **масштабные институциональные изменения генерируют две группы рисков:**

- Риски неприятия людьми прогрессивных институтов (будь то политических, финансовых или любых других) в случае, если они не подготовлены к их внедрению. Вследствие этого могут возникать многочисленные негативные социальные внешние эффекты.

- Риски обнуления институционального доверия ко всем ключевым акторам процесса реформ. Вследствие этого существенно сужается пространство возможностей для проведения последующих преобразований.

Таким образом, попытки быстрого перехода (перехода напрямую) к целевым стандартным институтам могут оказаться безуспешными. Альтернативный путь заключается в том, что при проектировании реформ и последовательности их реализации надо предусматривать возможность «проращивания» целевых

институтов в условиях конкретной страны (региона), при котором учитываются как социокультурные особенности населения, так и специфика предшествующего развития.

Все это актуализирует поиск и проектирование **промежуточных институтов** — т. е. институтов, работоспособных при имеющихся ограничениях (в т. ч. социокультурных), способствующих их ослаблению и создающих тем самым условия для дальнейших преобразований [Полтерович, 2016].

Промежуточные институты: пояснение и примеры

При работе с понятием «промежуточный институт» следует принимать во внимание, что непосредственно под самим институтом понимается совокупность правил (формальных и/или неформальных), созданных людьми и выполняющих функцию ограничения в ситуации выбора посредством механизмов, обеспечивающих соблюдение правила [Шаститко, 2010].

Институт можно описать через систему из пяти элементов: 1) ситуацию, в которой действует правило; 2) адресата правила; 3) непосредственно правило; 4) санкцию за нарушения правила и 5) гаранта правила, наказывающего нарушителя правила. Таким образом, промежуточный институт может представлять собой специфическую комбинацию пяти элементов существующего и целевого института.

В качестве примера промежуточных институтов, оказавшихся в разное время успешными в разных странах, можно привести следующие:

- Система пожизненного найма в корпорациях Японии, Южной Кореи, Тайваня, опирающаяся на патернализм (то есть высокую дистанцию власти) и высокое межличностное доверие между людьми, позволила повысить эффективность использования человеческого капитала.

- Строительно-сберегательные кассы в Чехии и Словакии, опирающиеся на коллективизм, способствовали преодолению недоверия между людьми, накоплению положительной кредитной истории заемщиков и тем самым готовили население к более прогрессивным ипотечным институтам.

[Полтерович, 2007]

Переход от проектного подхода к институциональному: специальная система мер

Стратегия реформ, направленных на обеспечение долгосрочного инвестиционного роста, должна предусматривать корректировку принципов реализации изменений и, в частности, переход от проектного подхода и избирательного выбора приоритетных сфер развития к институциональному. Проектный подход делает акцент на нескольких приоритетных направлениях развития и сосредотачивает на них значительные человеческие и финансовые ресурсы (примеры: инновационный центр «Сколково», приоритетные национальные проекты и т. д.). Институциональный же подход сосредотачивается на создании базы, условий для развития всех социально-экономических сфер при рыночном распределении человеческих и финансовых ресурсов и наличии общих правил для всех участников взаимодействий.

Как уже отмечалось выше, в российских условиях любые программы развития, реализуемые в рамках проектного подхода, как правило, активно стартуют и дают определенные краткосрочные результаты, но через два-три года затухают, происходит откат и срыв реформ. Для преодоления этой неблагоприятной тенденции требуется разработка специальной системы мер, способствующих постепенному переходу от проектного подхода к институциональному.

Необходимо подчеркнуть, что сам по себе проектный подход не является ни хорошим, ни плохим – это один из методов осуществления изменений среди многих. Для операционализации проектного подхода можно считать его своего рода несовершенным **промежуточным институтом**, который учитывает существующие социокультурные ограничения, но не всегда способствует их ослаблению, а иногда даже закрепляет их (воспроизводит).

Отличительные черты проектного подхода	Что могло бы обеспечить постепенный переход от проектного подхода к институциональному
1. **АДРЕСАТЫ:** ограниченное число адресатов, которые имеют возможность принять участие в реализации проекта. Отбор адресатов нередко осуществляется в рамках нерыночной процедуры: не из всех потенциально заинтересованных стейкхолдеров, а только из числа групп специальных интересов с высокой переговорной силой	1. **АДРЕСАТЫ:** правила и критерии отбора адресатов должны быть сформулированы и публично озвучены перед запуском проекта, должна быть обеспечена добросовестная конкуренция адресатов

Отличительные черты проектного подхода	Что могло бы обеспечить постепенный переход от проектного подхода к институциональному
2. **ПРАВИЛО:** на протяжении реализации проекта действуют не заранее определенные и зафиксированные правила, одинаковые для всех, а множество различных (необязательно формально закрепленных) норм, которые могут применяться по-разному в зависимости от конкретного адресата и обстоятельств	2. **ПРАВИЛО:** перед запуском проекта должен быть разработан и опубликован набор правил, в рамках которых будут действовать адресаты, а также преференции участника проекта. На начальном этапе (первые год-два) различные комбинации норм и правил могут тестироваться для определения их жизнеспособности и эффективности. По истечении этого периода в обязательном порядке должны быть закреплены те из них, которые продемонстрировали наибольшую эффективность; именно они в последующем должны применяться ко всем адресатам
3. **САНКЦИИ:** для стимулирования адресатов в основном используются позитивные селективные стимулы (субсидии, налоговые льготы, более благоприятные условия и прочие преференции). Позитивные стимулы позволяют привлечь ограниченное число сравнительно более активных/заинтересованных адресатов. В этом случае санкцией является ограничение возможностей по доступу к такого рода преференциям (вплоть до исключения)	3. Система **санкций** за нарушение правил должна быть разработана и объявлена до старта проекта, их набор должен быть достаточно широк, гибок и не сосредотачиваться только вокруг ограничения преференций участника проекта как таковых
4. **ГАРАНТ,** как правило, персонифицирован, а функционирование структуры, осуществляющей контроль за реализацией проекта, зависит от конкретных лиц, которые занимают ту или иную должность. Это обусловливает тесную связь между личностью гаранта и качеством реализации проекта, что может иметь как позитивные, так и негативные эффекты (в частности, сложности с масштабированием, передачей функций другим исполнителям/структурам и т. д.). Однако на начальном этапе доверие общества к определенному гаранту может стать значимым фактором успеха запускаемого проекта	4. **ГАРАНТ:** управление проектом и контроль (внешний и внутренний) за его реализацией должны быть в максимально возможной степени деперсонализированы. Формализованные правила реализации проекта должны предусматривать внятные и прозрачные процедуры формирования структуры управления и аудита (текущей деятельности и результатов), которая не зависела бы от конкретных лиц, занимающих ключевые должности. Иными словами, персонализированное доверие к гаранту (руководителю проекта — внешнему или внутреннему) должно быть постепенно заменено работающими правилами и процедурами

Постепенная трансформация проектного подхода согласно предлагаемым здесь мерам неизбежно будет встречать сопротивление со стороны нынешних адресатов и гарантов данного подхода вследствие сокращения их сверхренты от эксклюзивного доступа к проектам. Для снижения сопротивления эти потенциально проигрывающие группы должны быть четко идентифицированы; им должны быть предложены разумные, т. е. адекватные их переговорной силе и ущербу, компенсации.

Поскольку непосредственными бенефициарами приводимых здесь мер по «апгрейду» проектного подхода являются многочисленные, высокодисперсные и неорганизованные *потенциальные* адресаты, которые сейчас не могут рассчитывать на участие в проектах, то субъектом компенсации должно выступить государство. Это позволит преодолеть проблему безбилетника и снизить величину трансакционных издержек в процессе преобразований.

Что касается характера компенсации, то она может быть как прямой (предоставление тех или иных благ), так и косвенной (предоставление дополнительных возможностей для повышения благосостояния). Способ компенсации также может варьироваться: это могут быть как денежные выплаты, так и предоставление каких-либо неденежных ресурсов (натуральный вид компенсации) [по материалам Коалиции для будущего, 2007].

Перед реализацией перечисленных выше мер необходимо определить препятствия (в т. ч. разногласия между ключевыми бенифициарами и/или стейкхолдерами), мешающие реализации институционального подхода в данный момент, а также целевые характеристики, которые необходимо достичь в будущем.

В случае если изменение правил оптимально в долгосрочном периоде, но сопряжено с издержками для бенефициаров и агентов изменения в краткосрочном периоде, возможное решение в данной ситуации – принятие правил, которые вступят в силу через определенный промежуток времени. Обсуждение и принятие подобных правил ограничивает оппортунистическое поведение стейкхолдеров, заставляет их отвлечься от насущных интересов и повышает стимулы принятия решений, выгодных обществу в целом. При этом заблаговременное информирование об изменении правил дает возможность всем заинтересованным участникам перестроить свою деятельность для эффективной работы по новым правилам.

Среднесрочные и долгосрочные цели России: проблема смены траектории

При проектировании промежуточных институтов ключевое значение имеет определение начальной и конечной точек институциональных преобразований: четкая констатация текущих недостатков и определение в этой связи долгосрочных целей социально-экономического развития.

Результаты экспертных опросов, проведенных Институтом национальных проектов в 2015–2017 гг.[29], позволяют констатировать, что, по мнению экспертов, наиболее вероятный образ России на горизонте до 2035 г. — это общество «закрытого доступа» в терминологии Д. Норта, Дж. Уоллиса и Б. Вайнгаста [Норт, Уоллис, Вайнгаст, 2011]. «Закрытый доступ» означает низкое качество институциональной среды; блокировку перехода к траектории развития, ведущей к целевому образу; устойчиво низкие/неоптимальные социально-экономические показатели. Переход же к желаемому экспертами образу России — обществу «открытого доступа» — предполагает реализацию трех пороговых условий:

- принцип верховенства права действует для всех, в том числе для элит;
- деятельность организаций деперсонализирована (не зависит от персональных качеств личностей, их возглавляющих, и это одна из причин, по которой организации имеют возможность «переживать» своих создателей);
- политический контроль над насилием в обществе консолидирован и ограничен набором стимулов, лимитирующих нелегитимное применение насилия (ни один следственный или силовой орган не может рассматриваться как инструмент политической и экономической конкуренции).

Воплощение данных условий в жизнь — во многом взаимосвязанный процесс, но, учитывая экспертную оценку их достижимости в принципе, наиболее перспективным представляется следующий порядок реализации этих условий:

- обеспечение консолидированного контроля над насилием — на горизонте до 2024 г.;
- обеспечение верховенства права для всех (в т. ч. для элит) — на горизонте до 2030 г.;
- деперсонализация деятельности организаций — на горизонте до 2035 г.

Вместе с тем трех пороговых условий недостаточно для описания целевого долгосрочного образа будущего России. Современные общества «открытого доступа» (например, Австралия, Великобритания, Германия, Новая Зеландия, США, Финляндия, Франция, Швеция) различаются своим политическим и социально-экономическим устройством.

[29] «Инвестиционные сценарии экономического роста» (2015) (опрос 124 членов экспертного совета при правительстве РФ); «Образы будущего России: стратегические развилки» (2016) (опрос 119 членов экспертного совета при правительстве РФ, а также 18 экспертов, представляющих сообщество выпускников экономического факультета МГУ); «Образы будущего России до 2035 г.: ключевые параметры и стратегические развилки» (2017) (опрос 176 экспертов ЦСР). Для уточнения моделей, положенных в основу анкетных опросов (посредством проведения фокус-групп и экспертных интервью), привлекались эксперты аналитических центров, входящих в состав Ассоциации независимых центров экономического анализа, эксперты ЭФ МГУ имени М. В. Ломоносова, а также эксперты ЦСР. Обработка опросов осуществлялась в соответствии с разработанными интерпретационными моделями, а также с использованием методов естественной классификации (кластерный, факторный анализ и др.).

Следовательно, при формировании целевого образа будущего крайне важно определить специфические характеристики модели такого общества.

Результаты модельных расчетов показывают, что целевой образ будущего России к 2035 г. как общества «открытого доступа» ближе всего к модели устойчивого роста, по которой развиваются социально-либеральные страны континентальной Европы (Германия, Франция и др.). Это также подтверждается результатами опроса «Мнения россиян о реформах». Ключевые приоритеты, которыми, с точки зрения населения, должно руководствоваться государство при проведении изменений, – соблюдение свобод граждан, а также обеспечение социальной справедливости (эффективность в этой триаде занимает последнее место).

Все это позволяет описать целевой образ России в 2035 г. как **общество «открытого доступа», развивающееся по модели устойчивого роста** и характеризующееся низким уровнем социального неравенства; значительным уровнем социальной поддержки населения; развитыми институтами общественного контроля и политической системой, опирающейся на широкое общественное представительство.

Это, в свою очередь, требует формирования набора промежуточных институтов, нацеленных на достижение среднесрочных целей развития в рамках модели устойчивого роста: активизации общества, которое должно стать участником системы сдержек и противовесов, обеспечивающей соблюдение как индивидуальных свобод, так и принципов социальной справедливости. Для этого, в частности, необходимо внедрить систему мер налоговой политики, способствующих повышению гражданской активности людей и усилению их запроса на эффективную работу власти, а также сформировать специальные механизмы вовлечения населения в работу государственных институтов, повышающие институциональное доверие к ним.

При этом, как было указано выше, промежуточные институты должны удовлетворять следующим условиям:

- учитывать существующие социокультурные характеристики;
- способствовать ослаблению социокультурных ограничений, препятствующих внедрению целевых (стандартных) институтов;
- способствовать построению целевых (стандартных) институтов.

Далее в таблице 7 в качестве примера предложены два промежуточных института, удовлетворяющие этим условиям и направленные на достижение ключевых среднесрочных целей развития страны.

Таблица 7. Примеры промежуточных институтов, направленных на достижение среднесрочных целей

Текущая ситуация	Социокультурные характеристики российского общества, ограничивающие внедрение целевого института

СРЕДНЕСРОЧНАЯ ЦЕЛЬ: Активизация политической функции налоговой системы

ЦЕЛЕВОЙ ИНСТИТУТ: Новая модель налоговой системы, обеспечивающая высокий уровень информированности населения о сумме налогов, уплачиваемых в бюджет, что достигается за счет **1)** высокой доли налоговых доходов в бюджете; **2)** преобладания налоговой нагрузки на население, а не на бизнес; **3)** децентрализации бюджетных отношений

Характеристики российской налоговой системы:

- **Высокая доля неналоговых доходов в бюджете:** например, в 2015 г. 43% федерального бюджета составляли нефтегазовые доходы*.
- **Большая доля налоговой нагрузки на бизнес** (58%), а не на граждан**, что наиболее ярко проявляется в части страховых взносов.
- **Сверхцентрализация**, то есть большая дистанция между гражданами-налогоплательщиками и центром принятия решения о введении и использовании налогов (равно как и об определении их элементов)

Основные ограничения для внедрения налоговой системы с целевыми характеристиками связаны прежде всего с высокой долей нефтегазовых доходов российского бюджета. Вместе с тем существуют и социокультурные ограничения.

- **Низкое институциональное доверие и высокая дистанция власти:** отсутствие доверия институтам власти на местах может существенно снижать эффективность децентрализации (доверие президенту в 1,5 раза выше, чем доверие главе области, и почти в два раза выше, чем главе города***). То, что население в большей степени доверяет «дальнему» представителю власти, может свидетельствовать об отсутствии реального институционального доверия на местах при сакрализации власти в целом (что является следствием высокой дистанции власти)

Суть данных институциональных преобразований заключается в изменении **адресата правила** и изменении самого **правила**.

Существующая налоговая система предполагает, что обязанность по исчислению и уплате НДФЛ лежит на работодателе. Т. е. ключевой адресат правила об уплате налогов — работодатель, а не отдельный гражданин.

Повышение информированности об уплачиваемых налогах вместе с предоставлением возможности принимать решение о направлении расходования части уплаченного налога означает, что адресатом правила становится также отдельный гражданин.

Изменение адресата правил будет способствовать активизации политической функции налогообложения (формированию ментальной связки между объемом уплачиваемых налогов и предоставляемыми государством общественными благами).

Промежуточные институты, направленные на достижение среднесрочной цели и способствующие целевому сдвигу социокультурной характеристики	Социокультурные характеристики российского общества, учитываемые при внедрении промежуточного института	Траектория движения
Для увеличения информированности населения о положенных к уплате налогах возможны**:** • Обеспечение прямого информирования граждан о размере уплаченных ими налогов (например, через SMS, портал «Госуслуги» и т. д.). • Перенос обязанности по уплате части (до 50%) страховых взносов во внебюджетные фонды с работодателя на работника с соответствующим единовременным повышением размера заработной платы. • Предоставление налогоплательщику по НДФЛ права выбора при заполнении декларации направления расходования части (например, 1/10) уплаченного налога на социально значимые цели, по закрытому перечню, устанавливаемому на уровне субъекта Федерации. • Переход к зачислению НДФЛ в бюджет по месту регистрации налогоплательщика (а не по месту регистрации налогового агента). • Введение во всех муниципальных образованиях возможности прямого участия граждан в распределении части муниципального бюджета	• Высокая дистанция власти. • Высокий коллективизм. • Бондинговый социальный капитал	• Появление ментальной взаимосвязи между фактом и суммой уплачиваемых налогов и получаемыми государственными услугами (снижение дистанции власти, патернализма). • Повышение политической активности граждан: желание принимать решения, брать на себя ответственность и участвовать в жизни государства (повышение индивидуализма). • Гражданский контроль за расходованием бюджетных средств (повышение институционального доверия)

* По данным Минфина России. К нефтегазовым доходам, помимо вывозных пошлин на нефть, газ и нефтепродукты, также относятся поступления от налога на доходы полезных ископаемых (НДПИ) в виде углеводородного сырья, в связи с чем формально нефтегазовые доходы бюджета нельзя называть неналоговыми. Однако фактически НДПИ призван изымать природную ренту, сверхприбыль и по своей сути является скорее доходом от использования национального богатства – природных ресурсов, – чем налоговым доходом.

** См. отчет об исполнении консолидированного бюджета РФ за 2015 год: *www.roskazna.ru/ispolnenie-bvudzhetov/konsolidirovannyi-bvudzhet*.

*** По данным опроса «Мнения россиян о реформах».

**** Перечень сформулированных ниже промежуточных институтов не является исчерпывающим для решения обозначенных проблем. Приведенные примеры призваны обозначить потенциальные направления институциональных преобразований, возможную траекторию реформирования.

Текущая ситуация	Социокультурные характеристики российского общества, ограничивающие внедрение целевого института

СРЕДНЕСРОЧНАЯ ЦЕЛЬ: Вовлеченность населения в государственное управление, снижающая дистанцию власти и уровень патернализма и повышающая институциональное доверие.

ЦЕЛЕВОЙ ИНСТИТУТ:

- **Конкурентная демократия с низкими барьерами входа на политические рынки. Наличие влиятельной парламентской и внепарламентской оппозиции. Подотчетность политической власти обществу;**
- **Независимая судебная система: все граждане страны имеют равный доступ к справедливому правосудию.**

Только 26% респондентов доверяют правительству и 23% — региональным органам власти*.

Крайне высокий уровень патернализма является следствием низкой вовлеченности населения в повышение качества государственного управления, а низкий уровень институционального доверия — следствием неудовлетворенности государственными услугами

- **Низкий бриджинговый социальный капитал:** доверие, нормы взаимодействия, сети гражданской вовлеченности и успешного сотрудничества являются необходимыми условиями для создания сильных, ответственных, представительных институтов муниципальной и федеральной власти [Патнэм, 1994].
- **Высокий коллективизм:** индивиды в странах коллективистской культуры в большей степени предпочитают переговоры и посреднические схемы по сравнению с обращением в судебные органы при возникновении конфликтной ситуации**.
- **Высокая дистанция власти:** в странах с высокой дистанцией власти отсутствует влиятельная парламентская оппозиция, как и механизмы подотчетности власти; индивиды не станут обращаться в суд при возникновении конфликтной ситуации с госслужащими, так как считают, что это бесполезно, «все куплено» и т. д.

Суть данных институциональных преобразований заключается прежде всего в увеличении **числа гарантов**, имеющих высокую мотивацию к повышению качества государственного управления и оказания государственных услуг. Число гарантов будет расширяться за счет привлечения потребителей государственных услуг к мониторингу деятельности государственных служащих.

Эффективность участия граждан в повышении качества государственного управления будет зависеть от способности к организации коллективных действий. Поэтому первое время можно опираться на бондинги (университетские или соседские сообщества, рабочие коллективы, землячества) так, чтобы в последующем число адресатов их деятельности расширялось (с внутренних членов группы до внешних по отношению к бондингу). Со временем наличие государственного финансирования и позитивный опыт организации коллективных действий на локальном уровне позволит постепенно расширять радиус доверия между различными группами и способствовать накоплению бриджингового социального капитала.

Промежуточные институты, направленные на достижение среднесрочной цели и способствующие целевому сдвигу социокультурной характеристики	Социокультурные характеристики российского общества, учитываемые при внедрении промежуточного института	Траектория движения
Для увеличения степени вовлеченности населения в повышение качества государственного управления необходимы*:** • Переход к формированию регламентов на базе стандартов государственных услуг, а стандартов — на базе исследований предпочтений граждан и бизнеса по нормативно принятой методике («Хартии граждан»). • Максимальное внедрение принципа экстерриториальности и конкуренции при предоставлении государственных услуг. • Организация мониторинга государственных и муниципальных услуг силами неправительственных организаций, с учетом необходимости: – законодательного закрепления обязанности органов исполнительной власти периодически проводить внешнюю оценку (мониторинг) стандартов государственных и муниципальных услуг и их коррекцию по результатам мониторинга; – публикации общественного доклада по результатам мониторинга, включающего рейтинги органов отраслевого и территориального управления по значимым для населения параметрам; – финансирования участников процедур общественного мониторинга за счет бюджетных средств (например, в рамках конкурса Фонда — оператора президентских грантов по развитию гражданского общества). • Введение института парламентских расследований (с неограниченными возможностями по вызову свидетелей)	• Высокие дистанция власти и уровень патернализма. • Высокий уровень избегания неопределенности. • Высокий коллективизм. • Бондинговый социальный капитал	• Учет предпочтений населения при формировании стандартов и регламентов предоставления государственных услуг (повышение институционального доверия). • Отсутствие привязки к получению услуг на определенной территории (повышение институционального доверия, снижение дистанции власти и патернализма). • Возможность оценивать и влиять на качество государственных услуг (снижение дистанции власти и патернализма). • Организация коллективных действий за счет государственного финансирования (увеличение бриджингового социального капитала и индивидуализма). • Инициация парламентских расследований событий, вызвавших общественный резонанс (повышение институционального доверия парламенту)

* Пресс-выпуск «Институциональное доверие» (2016): www.levada.ru/2016/10/13/institutsionalnoe-doverie-2.

** Leung, 1988, p. 125-136; Leung, Lind, 1986, p. 1134-1140; Cocroft, Ting-Toomey, 1994, p. 469–506; Gabrielidis, Stephan, 1997, p. 661-677.

*** Перечень сформулированных ниже промежуточных институтов не является исчерпывающим для решения обозначенных проблем. Приведенные примеры призваны обозначить потенциальные направления институциональных преобразований, возможную траекторию реформирования, их комплексная разработка требует существенно большего времени и плотной координации с экспертами соответствующих направлений

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Дистанция власти (power distance) – степень, в которой наделенные относительно меньшей властью члены общества или организации ожидают и допускают неравномерность распределения власти [Hofstede, 2001].

Долгосрочная ориентация (long term orientation) характеризует общества, в которых ценятся действия, нацеленные на получение каких-либо наград в будущем, в частности, упорство и бережливость. **Краткосрочная ориентация** (short term orientation) характеризует общества, где важны ценности, связанные с прошлым и настоящим, в частности, уважение к традициям, «сохранение лица», выполнение социальных обязательств [Hofstede, 2001].

Избегание неопределенности (uncertainty avoidance) – степень, с которой принадлежащие к одной культуре люди боятся неопределенных и незнакомых ситуаций [Hofstede, 2001].

Индивидуализм (individualism) характерен для обществ, в которых связи между людьми слабы: каждый заботится только о себе и своих ближайших родственниках. В **коллективистских** (collectivism) обществах люди с самого рождения включены в сильные и сплоченные группы, которые в течение всей их жизни предоставляют им защиту взамен на безусловную лояльность [Hofstede, 2001].

Маскулинность свойственна обществам с четким разделением гендерных ролей: предполагается, что мужчины – напористые, жесткие, сосредоточенные на материальном успехе; женщины – скромные, чуткие, заботящиеся [Hofstede, 2001].

Социальный капитал – распространенность норм честности, доверия и кооперации, принятых в обществе/группе/организации. Социальный капитал характеризуется радиусом доверия – степенью социальной «удаленности» лиц,

с которыми у индивида существуют доверительные отношения. (Наиболее «социально близкими» здесь подразумеваются члены семьи; наиболее «социально дальними» – незнакомые люди «с улицы».) В соответствии с величиной радиуса доверия социальный капитал может быть бриджинговым или бондинговым.

Бриджинговый социальный капитал (bridging social capital) отражает наличие связей между людьми, «непохожими друг на друга» [Gittell, Vidal, 1998], распространение норм честности, доверия и кооперации на всех людей, в том числе не входящих в постоянный круг общения.

Бондинговый социальный капитал (bonding social capital) отражает наличие связей между людьми, «похожими друг на друга» [Gittell, Vidal, 1998], распространение норм честности, доверия и кооперации только на членов определенного круга.

Институциональное доверие характеризует степень, в которой люди доверяют разного рода институтам, в частности, правительству, парламенту, региональным властям, судам, полиции, банкам и т. д.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ О СВЯЗИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ С ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ И ИМПЛЕМЕНТАЦИЕЙ РЕФОРМ

2.1. Влияние социокультурного разнообразия

Влияние факторов социокультурного разнообразия на экономическое развитие в современной мировой научной литературе рассматривается в различных коннотациях в зависимости от уровня анализа соответствующих экономических или социально-экономических процессов. В частности, значительная доля научных работ посвящена исследованию влияния факторов социокультурного разнообразия на экономическое поведение отдельных индивидов, т. е. анализу соответствующих процессов на микроуровне. Есть также достаточно большой пласт работ, исследующих влияние тех или иных факторов социокультурного разнообразия на мезоуровне (уровне отдельных городов или регионов). Существенную значимость имеют и научные результаты, полученные на макроуровне, когда анализируется влияние факторов социокультурного разнообразия на уровне отдельных стран или совокупности стран.

Все перечисленные направления анализа в рамках отдельных подтвержденных эмпирических результатов, с одной стороны, имеют достаточно узконаправленный характер (анализируется влияние одного-двух факторов разнообразия, контекст анализа ограничен социально-экономическими особенностями рассматриваемой страны, региона, города или временно́го периода). С другой стороны, каждое из исследований имеет прикладное значение с точки зрения представлений о корректном учете влияния разнообразия при формировании стратегий развития регионов, разработке долгосрочной политики государств, планировании и реализации реформ.

Анализируя широкую палитру существующих подходов к выявлению перечисленных взаимосвязей разнообразия и развития, прежде всего уместно

обратиться к работам, посвященным анализу значимости факторов социокультурного разнообразия при принятии экономических решений отдельными индивидами. Мысль о том, что социокультурное разнообразие само по себе является важным при формировании социально-экономической политики, на первый взгляд, лежит на поверхности. Однако научное обоснование и эмпирическое подтверждение данной мысли требуют значительного количества доказательств. Для начала обратимся к группе исследований, посвященных анализу влияния языковой, этнической, религиозной принадлежности людей на результаты их экономической деятельности.

Влияние языка

Базовой предпосылкой в понимании влияния языка на поведение индивидов является так называемая гипотеза Сепира – Уорфа [Sapir, 1949; Whorf, 1956]. В своей строгой форме гипотеза гласит, что язык определяет мышление людей, и, соответственно, лингвистические категории ограничивают и определяют категории когнитивные. В мягкой форме гипотеза говорит о том, что мышление наряду с лингвистическими категориями определяет влияние традиций и некоторые виды неязыкового поведения.

Среди работ, посвященных изучению роли языка, следует отметить статью Чена [Chen, 2013], в которой автор демонстрирует, что есть существенная зависимость между грамматической структурой языка и экономическим поведением индивидов. Было выявлено, что люди, языки которых имеют в грамматической структуре будущее время, демонстрируют большую склонность к сбережению.

Влияние происхождения

Акерлоф и Крэнтон [Akerlof, Kranton, 2000] отмечают, что чувства культурной и национальной принадлежности каждого человека часто выступают детерминантами его экономического поведения. Этот вывод был получен на основе анализа моделей теории игр при условии включения фактора национальной и культурной принадлежности в функцию полезности индивида.

Оттавиано и Пери [Ottaviano, Peri, 2006] показывают, что разнообразие, оцененное соотношением коренных жителей и приезжих в американских мегаполисах, в долгосрочном периоде оказывает положительное влияние на накопление человеческого капитала местных жителей, что отражается в том числе и на уровне производительности труда. На основе анализа вариаций заработных плат и арендных ставок между различными городами был сделан вывод о том, что при увеличении доли приезжих в городе для местных жителей растет заработная плата и стоимость аренды.

В работе Алесины с соавторами [Alesina, Harnoss, Rapoport, 2013] была найдена существенная положительная корреляция между разнообразием людей по месту рождения

и результативностью их экономической деятельности (использованы данные о людях, эмигрировавших из 195 различных стран в Соединенные Штаты с 1990 г. по 2000 г.). Авторы объясняют эту взаимосвязь возникновением эффекта взаимодополняемости навыков, который образуется при вовлечении работников из разных стран и регионов в решение общей производственной задачи. Помимо прочего, это способствует накоплению человеческого капитала каждым из работников, а также формирует основы для наращивания социального капитала и проявления соответствующих положительных внешних эффектов.

Подробный обзор существующей литературы на тему влияния этнического разнообразия на экономическую продуктивность можно найти в работе Алесины и Ла Феррары [Alesina, La Ferrara, 2005]. Авторы классифицируют исследования по трем возможным каналам влияния этого фактора.

Этническое разнообразие и экономическая продуктивность

Алесина и Ла Феррара [Alesina, La Ferrara, 2005] классифицируют исследования по трем возможным каналам влияния этого фактора.

В первой группе работ говорится о том, что этническое разнообразие воздействует на экономический выбор агентов посредством влияния на их индивидуальные предпочтения.

В частности, Тэджфел с соавторами [Tajfel et al., 1971] предлагает рассматривать межгрупповые поведенческие модели с позиций того, что индивиды с высокой вероятностью могут приносить положительную полезность членам своей группы и отрицательную полезность членам других групп, что соответствующим образом может рассматриваться как проявление бондингового социального капитала.

Во второй группе исследований говорится о том, что этническое разнообразие воздействует на индивидуальные стратегии людей и тем самым оказывает влияние на их экономические результаты.

В частности, речь идет о влиянии разнообразия на предпринимательскую активность: Авнер Грейф [Greif, 1993] приводит пример объединения средневековых торговцев в коалиции по этническому признаку с целью обмена информацией об оппортунистическом поведении их контрагентов. Такая стратегия помогала им снижать как издержки, связанные с поиском контрагента, так и издержки, связанные с ограничением потенциального оппортунистического поведения контрагента.

Подобная схема взаимодействия, основанная на определении этнической идентичности, функционирует и в условиях отсутствия асимметрии информации. Например, в работах Ла Феррары [La Ferrara, 2003], Фирона и Лейтина [Fearon, Laitin, 1996] говорится о том, что, когда контракты легко исполнимы с точки зрения существующего закона, членство в этнических группах позволяет расширить набор возможных стратегий сотрудничества. Причина заключается в одной из форм проявления социального капитала, а именно в том, что как наказание, так и выгодная сделка могут быть адресованы не только самому индивиду, но и другим членам его группы.

В третьей группе исследований факторы социокультурного разнообразия предлагается включать в производственную функцию. Это делается для того, чтобы проследить более явную связь между разнообразием и показателями экономического развития как непосредственно, в рамках соответствующих теоретических моделей, так и опосредованно, моделируя социокультурное разнообразие через разнообразие предпочтений.

Примером может служить работа Алесины, Сполаоре и Вазарг [Alesina, Spolaore, Wacziarg, 2000], в основе которой лежит модель Диксита – Стиглица. Авторы делают попытку включить в данную модель большее разнообразие «промежуточных затрат», которое в том числе подразумевает большее разнообразие индивидуальных навыков участников производства, что в итоге приводит к росту общего объема производства.

В работе Десмета, Ортуно-Ортина и Вебера [Desmet, Ortuno-Ortin, Weber, 2016] фактор разнообразия также включается в производственную функцию. Полученный результат демонстрирует, что чем выше фракционализация в обществе, тем ниже уровень производства общественных благ. Этот эффект обусловлен тем, что с ростом фракционализации становится труднее согласовать между разными группами (например, центром и периферией) производство общественных благ, поэтому чаще всего недополученные в явном виде общественные блага заменяются трансфертами.

Фуджита и Вебер [Fujita, Weber, 2010], Осанг и Вебер [Osang, Weber, 2016] вводят в производственную функцию фактор культурной нетерпимости. Полученный результат показывает, что чем выше фактор нетерпимости, тем ниже производительность труда.

В приведенном выше перечне работ рассматривается влияние факторов социокультурного разнообразия на микроуровне, то есть оценивается их влияние на экономическое поведение

человека. Среди же работ мезоуровня и макроуровня (развитие регионов и стран) анализ воздействия факторов социокультурного разнообразия во многом осуществляется в контекстной связке с проводимой государствами или их отдельными регионами социально-экономической, налоговой, трансфертной политикой.

Также существуют исследования более общего порядка, опирающиеся не столько на количественную оценку степени разнообразия, сколько на сам факт наличия разнообразия (неоднородности) социокультурного фактора, косвенно проявляющегося в различных аспектах, таких как ценности, доверие, социальный капитал. Для полноценного учета всех известных научных результатов в рассматриваемой тематике построение комплексной классификации российских регионов (см. пункт 2.3) производится в том числе с опорой на результаты, полученные в отношении перечисленных аспектов социокультурных факторов.

Влияние исторического фактора

Особенно важно отметить работы, анализирующие воздействие культурных характеристик на макроуровне в долгосрочном историческом контексте. Среди таких работ – исследование Табеллини [Tabellini, 2010], в котором автор пишет о том, что культура тесно связана с экономическим развитием страны и формированием государственных институтов. Автор измеряет культуру показателями ценностей и убеждений индивидов, таких как доверие и уважение к другим людям. Табеллини также акцентирует внимание на важной роли исторического фактора в текущей экономической деятельности. В частности, он отмечает, что формирование современных институтов в существенной мере определяется более ранними институтами, функционировавшими в предыдущие исторические периоды. Последнее является важным аргументом в пользу градуалистского подхода в планировании и имплементации реформ.

Роль исторического фактора социокультурного разнообразия раскрывается также в статье Довера и Маркевича [Dower, Markevich, 2014], где сравнивается отношение жителей российских регионов к двум историческим событиям: столыпинской реформе начала XX века и приватизации в конце того же столетия. Авторы показывают, что в одном и том же регионе отношение людей к этим событиям оказалось достаточно схожим, несмотря на почти вековой разрыв. Регионы, которые активно выступали против столыпинской реформы, позднее оказались противниками приватизации (например, Рязанская, Тульская и Калужская области). Регионы же, в которых реформа Столыпина поддерживалась, восприняли приватизацию положительно (например, Архангельская, Вологодская, Новгородская области). Эти результаты используются в пункте 2.3 при построении комплексной классификации регионов.

Факторы социокультурного разнообразия и экономическое развитие

Почему важно принимать во внимание факторы социокультурного разнообразия стран и регионов при формировании государственной политики? Одним из первых исследований, посвященных этой тематике, принято считать работу Истерли и Левина [Easterly, Levine, 1997]. В ней авторы показывают на примере этнических конфликтов в странах Африки, что этническое разнообразие может в значительной степени объяснять межстрановые различия в государственной политике и темпах экономического роста. После деколонизации африканских стран этническое, языковое и религиозное разнообразие привело к нестабильности политической системы и механизмов экономического развития, что зачастую оборачивалось замедлением или даже остановкой экономического роста. Особенно показателен пример Ганы, которая в результате этнических междоусобиц потеряла свое ведущее положение на мировом рынке производителей какао: ее доля упала с 90% почти до нуля.

В работе Мауро [Mauro, 1995] показана положительная связь между этнической фракционализацией и коррупцией. Чем больше разнообразие этнических групп, тем больше затраты на лоббирование их интересов при распределении национальных ресурсов.

Вопрос о том, положительно или отрицательно влияет разнообразие на экономический рост, до сих пор не имеет однозначного ответа. Подробный анализ работ, посвященных изучению данного вопроса, приведен в книге Гинсбурга и Вебера [Ginsburg, Weber, 2011]. Так, упоминаемое там исследование Лайона и Онила [Lian, Oneal, 1997] констатирует, что этническое, лингвистическое и религиозное разнообразие не оказывает существенного влияния на рост (на повышение ВВП на душу населения). Вместе с тем авторы подчеркивают, что влияние разнообразия на развитие может быть косвенным и осуществляться через воздействие на промежуточные факторы. К таковым факторам они относят потенциальное возникновение (при высоком уровне этнического, лингвистического и религиозного разнообразия) политической нестабильности или политической фрагментации, которые, в свою очередь, могут привести к замедлению темпов экономического роста. Об отсутствии положительного влияния этнического разнообразия на рост говорится и в работе Кампоса с соавторами [Campos, Kuzeyev, Saleh, 2011]: внимание здесь акцентируется на том, что влияние на экономическое развитие оказывает не сам фактор фракционализации, а динамика его изменения.

В современных исследованиях крайне распространенным является мнение о том, что большая степень фракционализации общества ведет к возникновению политической нестабильности (например, в работах Аннэт [Annett, 2001], Десмета и Вебера [Desmet, Weber, 2011]). В этом контексте интересным является вывод, полученный в работе Коллье [Collier, 2001]: автор пишет, что, несмотря на распространенность мнения о том, что этнически дифференцированные общества зачастую обладают более низкими экономическими показателями и высоким риском возникновения гражданских конфликтов, такая позиция оказывается не вполне обоснованной. В работе констатируется, что фракционализация общества по этническим показателям не наносит вреда в условиях демократического

общества и оказывает существенное негативное влияние в условиях диктатуры. Нэк и Кифер [Knack, Keefer, 1997] показали, что уровень доверия выше, а нормы гражданской кооперации сильнее в странах с более высокими и более равномерно распределенными доходами, с более высоким уровнем образования и с более этнически гомогенным населением.

Важно также отметить группу исследований, посвященных анализу влияния социокультурного разнообразия внутри регионов (в частности, их однородности или гетерогенности с точки зрения этнического состава) на бюджетную политику этих регионов. Особое внимание стоит уделить исследованию Хазанова [Хазанов, 2016], в котором проведена оценка возможной связи между бюджетными трансфертами и разнообразием населения в российских регионах, и исследованию Флориды [Florida, 2002], в котором описывается положительное влияние социокультурного разнообразия на технологическое и инновационное развитие городов. Используя в качестве показателя разнообразия число деятелей искусства, родившихся за пределами США, Флорида проранжировал 50 американских городов и продемонстрировал положительную связь между разнообразием населения и другими индикаторами развития городов, включая долю творческих работников, наличие высокотехнологичных производств, число патентов на душу населения. Схожим образом в работе Саксениан [Saxenian, 1999] феномен и успех Кремниевой долины объясняется разнообразием культурного наследия и профессионального опыта ученых и предпринимателей из Индии, Китая, России, Израиля, стран Европы.

Впервые мысль о том, что доля расходов бюджетов на предоставление государственных услуг находится в обратной зависимости от этнической фрагментации, была высказана в работе Алесины, Бакара и Истерли [Alesina, Baqir, Easterly, 1999]. Авторы анализировали городские округа, города и мегаполисы США. Впоследствии полученный результат был распространен на другие страны в работе Куиджса [Kuijs, 2005]. Аналогичный результат был подтвержден позднее и на российских данных в работе Лимонова и Несеной [Limonov, Nesena, 2016].

***

Представленный выше анализ накопленных в научной литературе теоретических и эмпирических результатов позволяет сформулировать следующие выводы:

1. Факторы социокультурного разнообразия имеют эмпирически подтвержденное (статистически значимое) влияние на экономическое развитие, измеряемое различными экономическими параметрами, среди которых производительность труда, уровень занятости, экономический рост, инновационная и предпринимательская активность и др.

2. Факторы социокультурного разнообразия имеют влияние на разных уровнях операциональности, начиная с принятия индивидуальных решений и заканчивая сравнительным анализом социокультурных различий на уровне межстрановых и

общемировых сопоставлений. Они выступают не только детерминантами поведения отдельных индивидов, но и могут во многом определять экономическое развитие регионов и государств.

При этом исследования на микроуровне (индивидуальное поведение) и уровне отдельных городов в целом демонстрируют более позитивные эффекты социокультурного разнообразия, в том числе в части технологического и инновационного развития.

Многие исследования на макроуровне (регионов, стран), напротив, демонстрируют наличие рисков развития, связанных с высоким уровнем разнообразия, что подчеркивает важность учета факторов социокультурного разнообразия при планировании и имплементации реформ.

3. Во многих научных работах подчеркивается, что высокий уровень разнообразия несет в себе потенциал негативного влияния на экономическое развитие. Это особенно характерно при сочетании разнообразия с низким уровнем человеческого капитала. Поэтому необходимо проводить отдельный, более подробный анализ регионов России, характеризуемых высокими показателями социокультурного разнообразия.

4. Влияние факторов социокультурного разнообразия в целом является комплексным. Однако возможно – а во многих случаях необходимо – предварительно проводить раздельный анализ значимости таких факторов, как лингвистическое, этническое, религиозное разнообразие, а также принимать во внимание более сложные формы разнообразия, включая, например, историческое разнообразие регионов.

   Все перечисленные факторы разнообразия имеют эмпирически доказанное статистически значимое влияние на уровне регионов России как в контексте разработки социально-экономической политики на уровне регионов, так и для более общей задачи проведения реформ и их региональной адаптации.

5. На макроуровне анализ факторов социокультурного разнообразия достаточно тесно сопряжен с анализом влияния институтов, ценностей, социального капитала и доверия в обществе. Эти виды анализа необходимо сочетать (и взаимно дополнять) для получения полной и достоверной картины при изучении особенностей российских регионов.

6. Результаты различных исследований демонстрируют важность такого показателя, как динамика разнообразия и других социокультурных характеристик.

С одной стороны, «быстрое» увеличение разнообразия может служить драйвером роста и инновационного развития. С другой стороны, рост разнообразия увеличивает риски возникновения конфликтов, что, в свою очередь, может нести существенные негативные последствия для развития.

Кроме того, анализ динамики разнообразия и других социокультурных факторов на уровне отдельных регионов России может служить дополнительным признаком классификации регионов с точки зрения имплементации и адаптации реформ.

Таким образом, для получения наиболее полной картины социокультурного разнообразия и построения комплексной классификации регионов Российской Федерации необходимо, опираясь на уже имеющиеся результаты научных исследований, детально исследовать основные факторы социокультурного разнообразия (языкового, этнического, религиозного), дополняя их анализом исторических и культурных детерминант, а также уделяя достаточное внимание особенностям динамики соответствующих факторов разнообразия на территории России.

2.2. Влияние социокультурных характеристик

Для обеспечения системного подхода к описанию эффектов, создаваемых социокультурными особенностями общества, обзор исследований будет сфокусирован на связи социокультурных характеристик с экономическим развитием, имплементацией реформ и внедрением инноваций. Важно подчеркнуть амбивалентную по своей сути природу связей между социокультурными показателями и интересующими нас категориями. С одной стороны, сложившийся в обществе социокультурный профиль на момент старта реформы является значимым фактором, воздействующим на ход ее реализации; с другой стороны, сами реформы, инновации — в силу их масштабности, продолжительности и проникновения в разные сферы жизни человека — постепенно корректируют ценности и поведенческие установки людей.

Темпы роста и имплементация реформ

В индивидуалистических странах при прочих равных условиях чаще наблюдаются более высокие темпы экономического роста; коллективизм, напротив, в большей степени способствует консервации и сохранению текущего экономического состояния, блокированию прорывов [Gorodnichenko, Roland, 2011a; 2011b]. Высокий уровень коллективизма связан с доверием к «своим», ближнему кругу, но при этом чаще всего сопровождается дефицитом обобщенного доверия, что может существенно тормозить экономический рост из-за высоких издержек переговоров и заключения контрактов, защиты прав собственности и т. д. Шурд Бегельсдайк и Робберт Маселанд констатируют, что рост коллективистской системы без обобщенного доверия ограничен (при этом для накопления обобщенного доверия не-

обходимы хорошо работающие [формальные] институты) [Бегельсдайк, Маселанд, 2016, 234]. В свою очередь, Гирт Букерт отмечает высокий индивидуализм (и лежащую в его основе личную ответственность индивида в отношении себя самого и общества) в качестве ключевой культурной характеристики, обеспечивающей эффективность реформирования государственного управления [Bouckaert, 2015].

При этом есть и яркий пример того, как обратная индивидуализму характеристика — коллективизм — была успешно задействована в реформировании, – реформы 1960-х гг. в Южной Корее. В обществе активно насаждалась идеология чучхесон — сочетание северокорейской идеологии чучхе, основанной на коллективизме, самобытности, и идеях западной демократии. Заимствованные у идеологического противника элементы чучхе доказали свою эффективность: они послужили «моральной компенсацией за тяготы модернизации» [Прозоровский, 2016].

Столь же значимым при проведении масштабных реформ, как индивидуализм, оказывается наличие **долгосрочной ориентации**. Так, Гирт Хофстеде связывает успех «азиатских тигров», сумевших во второй половине XX века выйти на более высокую траекторию развития, именно с высокой долгосрочной ориентацией [Hofstede, 2001]. Страны с краткосрочной ориентацией сравнительно эффективны в реализации задач, приносящих быстрые, но, скорее всего, неустойчивые результаты; задач, требующих «рывка». Страны же с долгосрочной ориентацией с большей вероятностью могут преуспеть в осуществлении таких модернизационных преобразований, которые предполагают отложенные эффекты от социально-экономических и политических изменений[30]. При этом успешность преобразований будет выше, если жители страны в целом оперируют длинным горизонтом планирования. В этих условиях ниже риск срыва с модернизационной траектории: эмпирические исследования показывают, что предсказуемая, пользующаяся доверием долгосрочная экономическая политика приносит лучшие результаты, чем краткосрочная политика, преследующая цели сиюминутной оптимизации [Freytag, Renaud, 2007].

В странах с **высокой дистанцией власти** общество менее склонно принимать активное участие в процессе реформ, оно заинтересовано в сохранении статус-кво и стабильности [Bouckaert, 2007]. Кроме того, в таких обществах с большей вероятностью можно ожидать преобладания патерналистских настроений, пренебрежение которыми вызовет отторжение реформ [Полтерович, 2007]. Все это, с одной стороны, явное ограничение на пути реформатора: патернализм, инертность и зацикленность на текущем моменте не являются мотивами, стимулирующими реформы и облегчающими их естественное развитие и проникновение во все сферы общественной жизни. С другой стороны, в условиях иерархичного общества высокая дистанция власти может обеспечить сравнительную эффективность реформ, про-

[30] Не следует путать долгосрочную ориентацию по Хофстеде и длинный горизонт планирования. Первое понятие характеризует готовность людей адаптировать прошлый опыт к вызовам будущего, прикладывать долгосрочные усилия для достижения цели; в то время как второе — непосредственно период, на который такие цели ставятся.

водимых «сверху» посредством проектного подхода. Таким образом, высокая дистанция власти может содействовать старту реформ как «креационистского» проекта элит, наметивших ключевые направления «прорыва», но не может обеспечить всеохватности процесса и его естественного развития, равно как и устойчивости во времени — когда усилия реформаторов ослабнут.

Так, крайне высокая дистанция власти (равная 100 пунктам из 100, по результатам исследования Г. Хофстеде[31]), характерная для общества Малайзии, послужила важным фактором модернизации 1980-х гг. Высокая дистанция власти способствовала движению в сторону централизации власти и формированию «персоналистского режима при слабом гражданском обществе» [Свешникова, 2016].

Обратная ситуация — использование низкой дистанции власти как фактора, способствующего успешной имплементации реформ, может быть описана опытом либеральных преобразований в 1980-х гг. в Израиле. Низкая дистанция власти, выражающаяся в «высокой степени нигилизма к любым авторитетам и иерархии», дала возможность обществу «не только открыто обсуждать со всех сторон и со всеми любые вопросы, но и открыть путь к любым экспериментам, пусть даже и самым рискованным» [Марьясис, 2016][32].

Высокий показатель **избегания неопределенности** (нежелание, неприятие изменений) создает дополнительные препятствия для проведения любых (в т. ч. институциональных) изменений [Bouckaert, 2007]. При проектировании реформ в таких обществах необходимо особое внимание уделять ясности целей преобразований и четкости вводимых правил, а также проработке компенсационных сделок (материальных, статусных и др.) для групп, чьи интересы явно будут ущемлены. При отсутствии такого рода мер высока вероятность блокировки планируемого институционального изменения. И хотя артикулированность целей и четкость правил является несомненным благом в глазах населения, для реформатора это будет скорее сдерживающим фактором, сужающим пространство для маневра и удлиняющим процесс принятия решений. Другими словами, сдерживающий потенциал высокого избегания неопределенности ниже в тех случаях, когда реформы являются результатом широкого общественного консенсуса, а их реализации предшествовало публичное обсуждение.

Высокая **маскулинность** отмечается исследователями в качестве одной из значимых характеристик, влияющих на эффективность проводимых реформ [Bouckaert, 2007], поскольку напористость, нацеленность на результат, свойственные маскулинным обществам, позволяют достичь намеченных (в т. ч. отдаленных) целей. Азиатским странам, которым во

[31] См.: https://geert-hofstede.com.

[32] Следует учитывать тот факт, что гражданская культура, которая, можно сказать, является сопряженным понятием с термином «дистанция власти», не является экзогенно заданным и неизменным во времени фактором. Как пишет В. Полтерович, «некоторые важные параметры гражданской культуры могут претерпевать существенные изменения в течение 10–20 лет. Это обстоятельство следует принимать во внимание при изучении долгосрочных аспектов развития» [Полтерович, 2007, 41].

второй половине XX в. удалось перейти на высокую траекторию развития, были свойственны преимущественно высокие значения маскулинности.

Низкий уровень **межличностного доверия**, то есть **бриджингового социального капитала**, «оказывает непосредственное влияние на структуры управления, порождая необходимость дополнительных контрольных звеньев» [Полтерович, 2007]. Это увеличивает издержки управления и особенно реформирования, когда трансформацию претерпевает система управления как таковая. Не будет преувеличением утверждать, что высокий уровень доверия (и межличностного, и институционального) является основополагающим фактором успешного проведения реформ [Полтерович, 2016]. Это особенно важно для коллективистских обществ, «базовой единицей» которых является не индивид, а малая группа (семья, община), имеющая повышенный уровень доверия, обращенный «вовнутрь себя» (бондинговый социальный капитал), и пониженный – обращенный «вовне», к другим таким же группам (бриджинговый социальный капитал).

При этом если политика реформ соответствует ожиданиям, достигает успеха, то возможен и рост доверия [Полтерович, 2007]. Так, реформа государственного аппарата и создание электронного правительства в Эстонии, начавшиеся в конце 1990-х гг., позволили не только существенно облегчить и удешевить получение государственных услуг, но и повысить гражданскую активность [Kitsing, 2011; Kalvet, 2012], что является одним из косвенных показателей роста социального капитала (доверия) в стране. Данные World Values Survey (WVS) подтверждают: межличностное доверие в Эстонии выросло с 21,1% в 1996 г. до 39% в 2011 г., а институциональное доверие – с 48,7% в 1996 г. до 52,8% в 2011 г.

Бондинговый социальный капитал потенциально может выступать в качестве проактивного фактора экономического развития, но ресурс его позитивного воздействия ограничен. Например, именно благодаря высокому бондинговому капиталу корейского общества, стало возможным существование южнокорейских чеболей (конгломерат формально независимых фирм, контролируемых одной группой – как правило, семьей), сыгравших решающую роль в ходе индустриализации и позволивших интегрировать страну в мировую экономику [Hitt, Lee et al., 2002].

Вместе с тем высокий бондинговый социальный капитал хорошо соответствует задачам «рывка» и хуже – задачам стабильного поступательного развития и удержания достигнутых результатов. Связано это с тем, что с определенного момента логика экономической модернизации, постепенно проникающей во все сферы общественной жизни, начинает требовать все большего числа взаимодействий не внутри какой-либо консолидированной группы, пусть и очень большой, а между разными независимыми группами и акторами, не связанными друг с другом родственными или корпоративными отношениями. Те же чеболи позволили осуществить модернизационный рывок (реализованный во вполне мобилизационном режиме) и дать мощный импульс развития экономике Южной Кореи. Но при этом они были внутренне неэффективны, что показала череда кризисов 1970–1980-х гг., не до-

пускали внешнего, общественного контроля, активно содействовали развитию коррупционных отношений с органами власти и т. д.

Таким образом, бондинговый социальный капитал может быть эффективен, функционируя в основе т. н. «промежуточного» («нестандартного») института, нацеленного на решение конкретной задачи развития на определенном временно́м интервале. Но далее, до того момента, как производимые им негативные эффекты не превысят позитивные, он должен быть «подкреплен» бриджинговым социальным капиталом для постепенной трансформации в сторону стандартного института, обеспечивающего равные условия для всех участников экономических взаимодействий, а не только для узкого круга. Доверие не только внутри группы, но и вовне требуется для того, чтобы такая трансформация прошла в цивилизованном русле, чтобы проигрывающие группы не блокировали изменения и чтобы стали возможны компенсационные сделки (материальные, статусные и др.). Например, южнокорейские чеболи — на фоне собственной неэффективности и череды коррупционных скандалов — в течение 1980–1990-х гг. постепенно трансформировались в более привычные холдинги с понятной рынку и регуляторам структурой, подотчетностью обществу и репутацией, сохранив при этом ключевых собственников [Chang, 2003].

Социокультурные характеристики и пенсионная реформа

Проектирование пенсионной реформы интересно своей амбивалентной природой. С одной стороны, это крупная реформа, с другой стороны, социальная и управленческая инновация, постепенно затрагивающая практически все слои общества.

Исследования показывают, что общества с высокими показателями **долгосрочной ориентации** в большей степени заинтересованы в стабильности и устойчивости будущих пенсионных доходов [De Araujo, 2013]. А реализация пенсионной реформы в обществах, которым свойствен высокий индивидуализм, будет более результативной, если будет обеспечиваться свобода в выборе индивидуальных пенсионных планов и стратегий [Van der Lecq et al., 2011].

Пенсионная реформа должна проектироваться с учетом того обстоятельства, что общества с низкой **дистанцией власти** будут стремиться к выравниванию будущего благосостояния и потому будут готовы активно задействовать уже в настоящем механизмы перераспределения доходов [Hempel, 1998; De Araujo, 2013]. По той же причине в таких обществах будут негативно приниматься пенсионные программы, выплаты по которым зависят от статуса человека и уровня его доходов. А вот в обществах с высокой дистанцией власти такие пенсионные программы как раз вполне приемлемы.

В обществах с высоким **избеганием неопределенности** необходима централизованная и бюрократизированная пенсионная система с высоким уровнем контроля и защиты со стороны государства. Общества с низким избеганием неопределенности в большей степени приветствуют гибкие пенсионные системы, в том числе со множеством частных игроков [Hempel, 1998].

При этом внедрение инструментов накопительной пенсионной системы, пенсионных счетов и т. д. само по себе может способствовать увеличению горизонта планирования и развитию долгосрочной ориентации, столь необходимых для осуществления любых институциональных преобразований.

Инновации

Страны с высоким уровнем **индивидуализма** более успешны в производстве радикальных инноваций, коллективистские страны – в производстве инноваций инкрементных [Herbig, Miller, 1993]. Связано это с тем, что радикальные инновации, как правило, несут в себе вызов сложившимся практикам, устоям, стереотипам, который легче принимается в индивидуалистических сообществах. Инкрементные инновации, напротив, требуют согласованных действий и взаимосвязанных процессов, что более характерно для коллективистских обществ, для которых важно учитывать мнение группы.

Одновременно с этим **маскулинные общества** сравнительно более эффективны в сферах массового промышленного производства, а феминные – в сервисных видах деятельности [Hofstede, 2001]. Однако существование связи между инновациями и уровнем маскулинности не столь однозначно. В одних исследованиях значимой корреляции между ними не обнаружено [Shane, 1993]; в других найдена положительная связь с феминностью [Kaasa, Vadi, 2008]. Последнее объясняется тем, что феминные культуры характеризуются более высоким уровнем доверия, более мягким деловым климатом, меньшей конфликтностью, что создает благоприятную среду для возникновения новых идей. Вместе с тем потенциально значение маскулинности для инноваций также может быть велико, поскольку эта характеристика связывается с ориентированностью на результат, со стремлением преобразовывать мир вокруг себя, а не адаптироваться к нему [Лебедева, Татарко, 2007].

Для показателя **долгосрочной ориентации** характерна положительная связь с инновационным развитием общества [Waarts, van Everdingen, 2005]. Долгосрочная ориентация может стимулировать производительную деятельность и долгосрочные инвестиции, что имеет особое значение для производства инноваций, поскольку между осуществлением инвестиций и получением отдачи от них, как правило, проходит значительное время. Краткосрочная ориентация, напротив, характеризует ориентацию в большей степени на решение текущих задач, но при этом обеспечивает способность к мобилизационным усилиям и краткосрочным прорывам.

А вот для **дистанции власти**, напротив, характерна негативная связь с инновационным развитием [Varsakelis, 2001]. Культуры с высокими показателями дистанции власти, как правило, характеризуются иерархической структурой общества и многочисленными бюрократическими процедурами. Соответственно, информация о новых идеях, даже самых прорывных и несущих значительную общественную выгоду, может не дойти до лиц, принимающих решение [Williams, McGuire, 2005; Waarts, van Everdingen, 2005], или же трансакционные издержки «прохождения импульса» и тем более внедрения инновации будут запретительно велики для тех, кто потенциально мог бы это сделать.

Отрицательная связь инновационного развития наблюдается также с **избеганием неопределенности** [Shane, 1993]. Поскольку неопределенность является неотъемлемой частью любой предпринимательской и инновационной активности, то чем более для общества характерно негативное, опасливое отношение к неопределенности, тем хуже обстоят дела с инновационным развитием. Помимо этого, такие общества характеризуются «низкой толерантностью к людям или группам, отличающимся идеями или поведением» [Лебедева, Татарко, 2007, 58], тогда как терпимость по отношению к новому и неизвестному является важной характеристикой инновационной среды [Cipolla, 1972; Goldstone, 1987].

Бриджинговый социальный капитал способствует инновационному развитию, действуя как фактор сокращения трансакционных издержек коммуникации и контроля вследствие высокого уровня доверия к окружающим. Сокращение издержек позволяет наладить эффективное взаимодействие между участниками инновационного процесса, содействующее распространению знаний и информации [Woolcock, Narayan, 2000; Tura, Harmaakorpi, 2005]. Бондинговый социальный капитал, напротив, служит барьером для инновационного развития, поскольку взаимодействие «непохожих друг на друга» людей и обмен информацией между ними блокированы низким доверием к внешним по отношению к группе агентам. А именно гетерогенность сети участников инновационного процесса крайне важна для генерирования инновационных идей [Ruef, 2002; Eklinder-Frick et al., 2012].

В таблице П2-1 обобщены результаты проведенного анализа воздействия социокультурных характеристик на развитие и внедрение реформ, а также характер инновационного развития.

Таблица П2-1. Характер воздействия социокультурных характеристик на реформы и инновации

		Поддерживают	**Ограничивают**
Развитие и внедрение реформ	**Хофстеде**	Индивидуализм (в целом). Коллективизм (при реформах «сверху» для «рывка») Долгосрочная ориентация (в целом) Краткосрочная ориентация (для «рывка») Низкая дистанция власти (в целом) Высокая дистанция власти (в иерархических обществах при реформах «сверху» и проектном подходе) Маскулинность	Краткосрочная ориентация Высокая дистанция власти (в целом) Коллективизм (в целом) Высокое избегание неопределенности
	Социальный капитал	Высокий уровень бриджингового социального капитала (в целом) Высокий уровень бондингового социального капитала (если реформы проводятся в течение ограниченного времени и заключаются в создании промежуточных институтов)	Низкий уровень бриджингового социального капитала (в целом) Высокий уровень бондингового социального капитала (если реформы проводятся в течение длительного времени)
Инновации	**Хофстеде**	Индивидуализм (в целом, особенно для радикальных инноваций) Коллективизм (для инкрементных инноваций) Низкая дистанция власти Долгосрочная ориентация Низкое избегание неопределенности	Коллективизм (в целом) Краткосрочная ориентация Высокая дистанция власти. Высокое избегание неопределенности
	Социальный капитал	Бриджинговый социальный капитал	Бондинговый социальный капитал

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ИСХОДНЫЕ КЛАССИФИКАЦИИ РЕГИОНОВ, ПОЛУЧЕННЫЕ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ОТДЕЛЬНЫХ ФАКТОРОВ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗНООБРАЗИЯ[33]

Комплексная классификация регионов в соответствии с параметрами социокультурного разнообразия была построена на основе приведенных в пункте 3.1 исходных классификаций регионов, теоретически и эмпирически обоснованных ранее проведенными научными исследованиями, а также принимая во внимание дополнительные особенности и аспекты социокультурного разнообразия, отраженные в пункте 3.2.

Процедура формирования итогового состава выделяемых групп регионов сочетает формальные (количественные) и экспертные методы:

- На первом шаге, исходя из приоритета факторов этнолингвистического разнообразия, на основании количественного анализа соответствующих индексов (п. 3.1.1) выделяются три перечня регионов, первый из которых затем подразделяется на итоговые группы 1 и 2, а второй и третий составляют базу для определения состава регионов в итоговых группах 3 и 4.

- На следующем шаге используется классификация регионов европейской части России (п. 3.1.3), на основании которой составляется базовый (частичный) перечень регионов для итоговых групп 1 и 2.

---

[33] Приведенные в этой части исходные классификации регионов по отдельным факторам социокультурного разнообразия (п. 3.1.1–3.1.3), а также вспомогательные результаты, отражающие региональное разнообразие и его динамику (п. 3.2.1–3.2.3), основаны на результатах работы научных коллективов по двум научно-исследовательским проектам, поддержанным грантом Правительства РФ (проект № 14.U04.31.0002, Лаборатория исследования социальных отношений и многообразия общества Российской экономической школы [ЛИСОМО РЭШ]: на основе материалов официальных отчетов за 2013–2015 гг.) и Российским научным фондом (проект № 15-18-00098 Международная лаборатория культурного разнообразия и экономического развития: материалы официальных отчетов за 2015–2016 гг.). Научный руководитель грантов — PhD, профессор Ш. Вебер.

- Далее используется классификация из п. 3.1.2 для уточнения состава групп 3 и 4.

- Классификация из п. 3.1.4 привлекается для включения в группы 1 или 2 регионов России, не входящих в ее европейскую часть (т. е. не упомянутых в классификации п. 3.1.3) и не попавших в группы 3 и 4.

Полученные перечни регионов России, разнесенные по итоговым группам 1–4, верифицируются и уточняются с использованием дополнительных классификаций (п. 3.2), а также с привлечением типологии регионов по уровню экономического развития и освоенности территории, разработанной экспертами Независимого института социальной политики[34].

3.1. Исходные классификации регионов в соответствии с фактором социокультурного разнообразия

3.1.1. Классификация регионов на основе индексов языкового и этнического разнообразия

Стандартные подходы к построению индексов разнообразия (см., например: Акчурина и др., 2015; Вебер, Давыдов, 2015) позволяют получить количественные оценки степени разнообразия по одному из рассматриваемых факторов на основании информации о количестве различных групп и их численности в рассматриваемом сообществе.

В работе Хазанова [Хазанов, 2016] получены оценки индексов лингвистического и этнического разнообразия российских регионов, построены и проанализированы ранговые распределения соответствующих индексов и возможные способы классификации регионов России по каждому из двух индексов раздельно, а также по совокупности факторов лингвистического и этнического разнообразия. Согласно полученным результатам, регионы России по совокупному критерию этнической и языковой неоднородности населения можно разделить на три группы:

1. Регионы, где родным языком большей части населения является русский и где отсутствуют крупные группы населения, относящие себя к этносу, отличному от русского. Эти регионы находятся в центральной части России, в Сибири и на Дальнем Востоке.

2. Регионы, где существенную долю населения составляют люди с одним и тем же родным языком, отличным от русского. Такие регионы расположены преимущественно в Поволжье, например, Республика Татарстан.

3. Регионы, где проживает население, включающее множество различных этнических групп,

[34] www.socpol.ru/atlas/typology/index.shtml

имеющих, соответственно, множество различных родных языков. Такая ситуация наблюдается в нескольких регионах Кавказа, в первую очередь в Республике Дагестан.

Стоит отметить, что типичными примерами во второй и третьей группах в данной классификации являются регионы с высокой поляризацией (для второй группы) и фракционализацией (для третьей) общества.

Важным эмпирическим результатом здесь является значимость «республиканского статуса» (формы устройства) региона. В республиках обычно проживают несколько крупных этносов, что означает более высокую поляризацию населения. Для таких регионов относительно велико «языковое расстояние»[35], то есть национальные языки, являющиеся родными для населения республик, существенно «удалены» от русского.

При этом при формировании комплексной классификации регионов принимаются во внимание выводы Лимонова и Несеной [Limonov, Nesena, 2016] о том, что в регионах России с небольшой численностью населения и в регионах с большой его плотностью зависимость ключевых социально-экономических характеристик от этнического разнообразия проявляется по-разному. Для плотно населенных регионов этническое разнообразие выступает детерминантой ВРП на душу населения, коэффициента Джини неравенства по доходам и числа совершенных преступлений, но в малонаселенных территориях эта тенденция совсем не прослеживается. В работе Лимонова и Несеной также подчеркивается, что в случае с малонаселенными регионами чем больше этническое разнообразие их населения, тем больше региональный бюджет зависит от федерального финансирования.

3.1.2. Классификация регионов на основе прокси-данных о религиозном разнообразии

Одним из источников данных для анализа разнообразия на региональном уровне является информационная система «Яндекс». Огромное количество запросов пользователей на различные темы позволяет накапливать и обрабатывать данные о структуре и содержании этих запросов, что гарантирует достаточную статистическую «представительность» соответствующих данных и обеспечивает устойчивость выводов, сделанных по результатам анализа. Использование специальных алгоритмов обработки запросов, а также семантического анализа исходной информации позволяет изучать неоднородность запросов, отражающую предпочтения пользователей — населения регионов России.

Для оценки религиозного разнообразия на уровне регионов применяется семантиче-

[35] Термин «расстояние между языками» подразумевает количественную характеристику, отражающую сходство/различие языков, позволяющую оценивать сложность коммуникации носителей этих языков. Формально подобное расстояние может измеряться на основе так называемых лингвистических деревьев или с использованием более сложных инструментов анализа (лексический состав языков, их грамматические и синтаксические конструкции и т. п.).

ский анализ ключевых слов и словосочетаний, которые используются пользователями для оформления поисковых запросов, содержательно связанных с представлениями о религии, сопутствующих ритуалах, религиозных праздниках, религиозных текстах и т. п. Тогда представление о неоднородности соответствующего региона России можно получить, выделяя относительные доли числа запросов по отдельным религиям среди всех запросов по религиозной тематике в целом. Соответствующие доли запросов используются далее для построения индексов религиозного разнообразия на уровне отдельных регионов России.

Описанный подход использован в работе Вебера и соавторов [Вебер и др., 2014] для построения количественной оценки индекса религиозного разнообразия российских регионов. Величина индекса (нормированного в пределах от 0 до 1) для регионов России находится в пределах от 0,193 до 0,614, при этом максимальные значения религиозного разнообразия (свыше 0,6) демонстрируют Республика Татарстан и Кабардино-Балкарская Республика. Близкие к максимальным значения (от 0,5 до 0,599) характерны для республик Башкортостан, Тыва и Калмыкия. Напротив, минимальное религиозное разнообразие (менее 0,2), согласно полученной количественной оценке, демонстрируют Белгородская и Липецкая области.

Полная классификация регионов России по фактору религиозного разнообразия приведена на рисунке П3-1 и учитывается далее при построении комплексной классификации.

Рисунок П3-1. Карта религиозного разнообразия регионов России (на основе прокси-данных поисковых запросов системы «Яндекс»)

Источник: Вебер и др., 2014

3.1.3. Классификация регионов на основании фактора исторического разнообразия

Значимые исторические события, например крупные реформы, затронувшие важнейшие социально-экономические институты, очевидным образом оказывали заметное влияние на поведение людей в тот момент, когда они происходили. Однако выяснилось, что подобные события могут иметь и более существенное, долгосрочное влияние, приводящее к переоценке ценностей индивидов, сохраняемых на протяжении нескольких поколений. В периоды реформ подобные переоценки системы ценностей могут формировать «самоподдерживающийся механизм», который либо закрепляет первичный успех реформы за счет народной поддержки, усиливая эффект от ее проведения в целом, либо, напротив, углубляет первичные трудности при проведении реформы за счет негативной реакции общества [Вебер и др., 2014].

Влияние исторической памяти в контексте разнообразия регионов можно проверить путем сравнительного анализа двух реформ, проведенных в различные периоды времени. Ярким примером таких реформ, затрагивающих одну из основ поведения индивидов — отношение к частной собственности, — служат столыпинская аграрная реформа начала XX века и приватизация, проведенная в начале 1990-х гг.

Проведенный Довером и Маркевичем [Dower, Markevich, 2014] эконометрический анализ панельных данных регионального уровня подтверждает гипотезу о значимости фактора исторического разнообразия. В регионах, где в большей степени проявлялось сопротивление столыпинской аграрной реформе, современное население охотнее поддерживает идеи о том, что производственные активы должны находиться в государственной собственности, и выражает желание пересмотреть результаты приватизации 1990-х гг., считая их несправедливыми. Таким образом, уже сформировавшееся к началу XX века неоднородное в региональном разрезе отношение к частной собственности и проведению реформ сохраняет свое значимое влияние и в современной экономической истории России.

С точки зрения построения комплексной классификации регионов на основании факторов социокультурного разнообразия, работа Довера и Маркевича важна в двух аспектах: идеологическом и техническом.

Идеологический аспект отражает общую важность учета социокультурных факторов в анализе социально-экономических процессов и при проведении реформ. При этом прямое сопоставление двух указанных реформ позволяет более полно раскрыть феномен долгосрочной устойчивости институтов. Во-первых, рассматривая современные и происходившие около века назад события с точки зрения восприятия населением процессов приватизации, можно тестировать устойчивость культурных убеждений и ценностей — наиболее часто анализируемых аспектов отложенного во времени влияния исторических событий [Grosfeld et al., 2013; Guiso et al., 2013; Voigtlander, Voth, 2012]. Во-вторых, сходная структура двух рассматриваемых реформ позволяет исследовать эффект передачи локального исторического

знания и опыта за счет подробного анализа региональных аспектов: соответствующих результатов аграрной столыпинской реформы и их последующего сопоставления с современными представлениями населения о справедливости приватизационных процессов и необходимости пересмотра их результатов.

С технической точки зрения исследование Довера и Маркевича содержит подробную классификацию регионов Центральной России. Основной компонентой классификации является готовность регионального сообщества к реформам, способствующим развитию индивидуализма, самостоятельного принятия решений и т. п. Последнее позволяет использовать результаты данного исследования для построения классификации регионов на основе выявленного фактора исторического разнообразия. Соответствующая классификация используется далее при построении комплексной классификации регионов России.

3.1.4. Классификация регионов на основе анализа политических предпочтений населения России в период 1990–2015 гг.

Рассматриваемая в предыдущем подпункте классификация регионов хорошо отражает особенности населения в части готовности к реформам, однако имеет существенный недостаток, связанный с особенностью исследования Довера и Маркевича: в силу структуры имеющихся данных она затрагивает лишь центральные регионы России. Для получения полной картины, отражающей особенности исторического разнообразия на региональном уровне, используется дополнительная классификация, основанная на анализе политических предпочтений населения России в период 1990–2015 гг.

Сопоставляя региональные данные о результатах президентских и парламентских выборов, можно выявить достаточно высокую корреляцию между так называемыми «регионами красного пояса» и теми регионами Центральной России из работы Довера и Маркевича, в которых жители проявляют наименьшую готовность к проведению реформ.

С учетом данного сопоставления формируется классификация всех российских регионов по степени глубины их вхождения в «красный пояс», согласно электоральной статистике за 1990–2015 гг. Построенная таким образом классификация, отражающая политические предпочтения населения, используется далее для формирования комплексной классификации.

3.2. Вспомогательные результаты, принимаемые во внимание при формировании комплексной классификации регионов в соответствии с факторами социокультурного разнообразия

В данном пункте приводится краткое описание дополнительных условий и факторов, которые необходимо принимать во внимание при построении комплексной классификации.

Как и выше, в пункте 3.1, анализ осуществляется на основе результатов проведенных ранее научных исследований ЛИСОМО РЭШ. Но, в отличие от пункта 3.1, здесь используется более широкая трактовка разнообразия регионов, которая включает факторы и детерминанты, формирующие различия (неоднородность) регионов по отношению к одному признаку или к выделенной группе признаков. Отдельное внимание будет уделено особенностям динамических изменений разнообразия.

3.2.1. Распространение и динамика социального капитала как фактор регионального разнообразия России

В данном подпункте кратко представлены результаты исследования [Вебер и др., 2013], посвященного влиянию уровня доходов населения на доверие в обществе в условиях региональной неоднородности в динамике. На основании статистических данных Росстата, а также репрезентативных на региональном уровне данных опросов 34 тысяч граждан России, проведенных фондом «Общественное мнение» в три этапа (во втором квартале 2008 г., в первом квартале 2009 г., а также во втором квартале 2014 г.) и содержащих вопросы об оценке уровня доверия, проведено эмпирическое исследование, направленное на выявление влияния сокращения уровня доходов на уменьшение уровня доверия в обществе, а также на эффект неполного восстановления доверия при возврате уровня доходов к исходным значениям, в некотором роде сравнимый с так называемым эффектом храповика.

В работах Агийона и соавторов [Aghion et al., 2010], а также Алесины и Ла Феррары [Alesina, La Ferrara, 2002] выявлено, что и индивидуальное доверие, и средний уровень доверия в обществе положительно коррелируют с уровнем доходов. В работе Стивенсон и Вольферса [Stevenson, Wolfers, 2011] показано, что доверие институтам государства связано с экономическими изменениями (шоками, потрясениями), специфическими для этого государства. Несмотря на это, выявление причинно-следственной связи между уровнем доходов и доверием представляется затруднительным, т. к. для этого требуется анализ специфической ситуации, при которой и уровень доходов, и уровень доверия существенно изменился и при этом изменение доходов можно оценить такой инструментальной переменной, которая не является напрямую связанной с доверием.

Подобная ситуация возникла в российской экономике в период кризиса 2008–2009 гг., когда Россия испытала ощутимое сокращение ВВП (на 8% в 2009 г., что является максимальным снижением среди всех стран G20). В годовом эквиваленте снижение ВВП в четвертом квартале 2008 г. и в первом квартале 2009 г. составило соответственно 19% и 17% (с учетом сезонности и с коррекцией на инфляцию). Более того, влияние кризиса оказалось существенно неравномерным в различных регионах России. В частности, по данным за 2009 г., ВРП четверти наиболее успешных регионов вырос в среднем на 4%, при этом ВРП четверти наименее успешных по данному показателю регионов сократился в среднем на 28%.

Результаты эмпирической оценки отвергают сформулированную нулевую гипотезу во всех рассмотренных спецификациях. В модели с фиксированными эффектами на уровне регионов, включающей также прочие факторы, влияющие на уровень доверия, получена оценка снижения уровня доверия на 5% при снижении на 10% уровня доходов среди тех респондентов, кто полагает, что «большинству людей можно доверять». Если учесть, что уровень доверия в России составлял, согласно данным Всемирного исследования ценностей (World Values Survey), в среднем около 25% (а по опросам ФОМ, 34% в 2008 г. и 19% в 2009 г.), то данный результат демонстрирует значительное влияние сокращения уровня доходов на соответствующее сокращение уровня доверия в обществе.

В целом по трем раундам обследования [Вебер и др., 2013], затрагивающим предкризисный, кризисный и посткризисный периоды, основные результаты состоят в следующем. Региональное разнообразие экзогенных факторов (климат, унаследованная с советских времен промышленная структура и инфраструктура и т. п.) в России имеет существенное влияние на социальные и институциональные характеристики общества. Эффект кризиса 2009 г. — в целом для России отразившийся в сокращении ВВП на 8% — имел существенно неоднородное влияние в различных регионах, что во многом связано со структурой промышленности, унаследованной от советских времен. Наибольший негативный эффект кризис 2009 г. имел для регионов, специализирующихся на производстве капитала, а также регионов, связанных с добычей нефти и газа.

Таким образом, вариативность промышленной структуры экономики может выступать инструментальной переменной для оценки изменений в уровнях доходов регионов. После применения данного инструмента выявляется статистически и экономически значимое влияние уровня региональных доходов на обобщенное доверие в обществе (в стандартном контексте — доля респондентов, согласных с утверждением, что «большинству людей можно доверять»). Контролируя прочие детерминанты доверия, можно заключить, что сокращение уровня доходов на 10% приводит в среднем к сокращению уровня доверия на 5%. Учитывая, что средний уровень доверия в России в рассматриваемый период составляет 25%, указанное соотношение имеет критическую важность с точки зрения влияния экономических факторов на социальное взаимодействие, а следовательно, и на готовность к инновационному развитию и проведению реформ.

Более того, выявленное влияние не является симметричным. По результатам оценки уровня доверия в посткризисный период, можно заключить, что восстановление экономических показателей не приводит к соответствующему восстановлению уровня доверия. Фактически первоначальный (докризисный) уровень доверия был достигнут к 2014 г. только в тех регионах, где наблюдалось небольшое сокращение уровня доверия в течение кризиса. Напротив, для регионов, где сокращение уровня доверия было существенным, доверие в 2014 г. составило в среднем 90% от исходного (предкризисного) уровня.

Таким образом, при построении комплексной классификации регионов (см. п. 2.3) учитываются следующие выводы.

- Региональная неоднородность промышленной структуры может служить дополнительным фактором разнообразия, влияющим через уровень доходов населения на уровень доверия в обществе в динамике.

- Динамика регионального неравенства доходов также может являться фактором социокультурного разнообразия регионов, поскольку положительно связана с уровнем доверия в обществе, что косвенно характеризует готовность общества к инновационному развитию и реформам.

- Наблюдается эффект асимметрии, при котором восстановление доверия в обществе может происходить не в полном объеме даже при соответствующем восстановлении уровня доходов населения.

3.2.2. Классификация регионов РФ на основе разнообразия экологической осведомленности

Одним из важных, хотя и косвенных, факторов социокультурного разнообразия на региональном уровне является интерес жителей региона к экологической проблематике, состоянию окружающей среды. Термин «экологическая осведомленность» используется в работе Вебера и соавторов [Вебер и др., 2014] при описании неоднородности регионов по степени обеспокоенности населения соответствующими экологическими проблемами и отражает всю совокупность вопросов о состоянии различных аспектов окружающей среды на рассматриваемой территории.

Важность данного фактора с точки зрения инновационного развития и проведения реформ заключается прежде всего в выявлении регионов, население которых демонстрирует более активную жизненную позицию. Исходные данные об уровне экологической осведомленности в регионах России можно почерпнуть из пользовательских запросов системы «Яндекс» (по аналогии с данными о религиозном разнообразии). Выявляя таким образом степень социокультурного разнообразия регионов в контексте экологической осведомленности, можно перейти к количественным оценкам соответствующего индекса разнообразия и получить вспомогательную классификацию российских регионов по уровню экологической осведомленности населения.

Полученная вспомогательная классификация позволяет уточнить комплексную классификацию регионов в части активного отношения населения региона к решению проблем производства общественных благ (здесь – поддержания чистой окружающей среды).

3.2.3. Анализ языкового разнообразия в республиках бывшего СССР в динамике

Индексы этнического и лингвистического разнообразия имеют прикладное значение не только как прокси-переменные, позволяющие отслеживать факторы социокультурного разнообразия и контролировать их эмпирическую значимость в оценке экономического развития стран или регионов. Построение соответствующих индексов в динамике является одним из эмпирических доказательств стабильности (малой вариативности) факторов социокультурного разнообразия.

Необходимо учитывать, что одной из причин динамического изменения этнического и лингвистического состава групп в регионах России является миграция. Поэтому при построении комплексной классификации регионов в части учета факторов социокультурного разнообразия полезно учитывать потенциал влияния миграции, особенно миграционные потоки из республик бывшего СССР.

Исходя из имеющихся данных переписей населения в республиках СССР в последней трети XX века можно оценить динамику индексов лингвистического разнообразия. На их основе прослеживается степень стабильности социокультурного разнообразия при отсутствии межстрановых барьеров, возникших уже после распада СССР. Проведенные исследования [Вебер и др., 2014; Акчурина и др., 2015] позволяют получить количественные оценки индексов лингвистического разнообразия между РСФСР и 14 республиками СССР на 1970 г., 1979 г. и 1989 г., которые демонстрируют слабую изменчивость в рассматриваемый двадцатилетний период. Для большинства пар «РФ – республика бывшего СССР» изменение не превышает 10%, а для 6 из 14 пар составляет менее 5%.

Данный результат имеет для наших целей двойное значение. Во-первых, выявленная стабильность факторов социокультурного разнообразия в длительные периоды (здесь – два десятилетия) отражает необходимость долгосрочного планирования вариативности реформ и достаточной степени их региональной адаптации с учетом социокультурных факторов. Во-вторых, полученные количественные оценки (индексы лингвистического разнообразия) могут служить дополнительной прокси-переменной в исследовании текущих миграционных потоков в Россию, что является одним из факторов анализа имплементации реформ на региональном уровне.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. СХЕМЫ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОФИЛЕЙ РЕГИОНОВ[36]

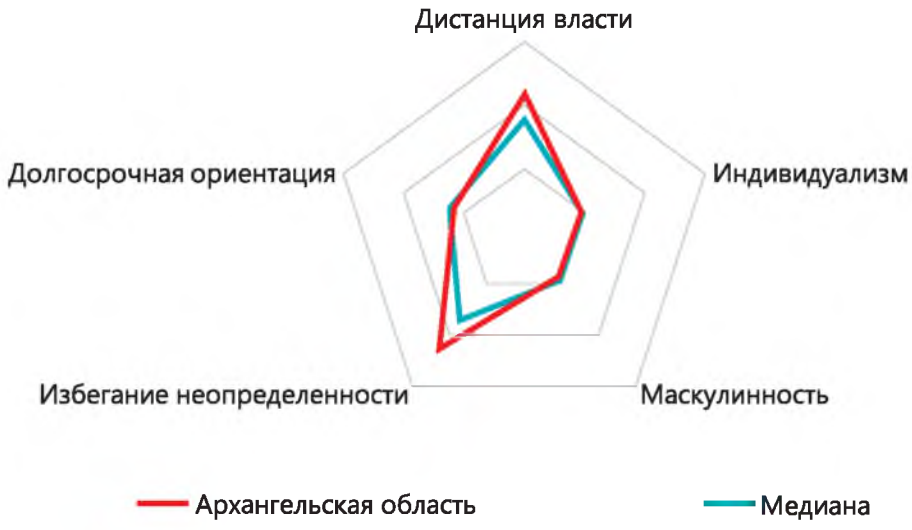
Рисунок П4-1. Социокультурный профиль Республики Адыгея

Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – ниже, чем в Республике Коми, Архангельской области, Хабаровском крае;
- по избеганию неопределенности – выше, чем в Республике Дагестан;
- по индивидуализму – ниже, чем в Нижегородской области, Республике Коми;
- по маскулинности – выше, чем в Ленинградской области.

[36] Методика Г. Хофстеде предполагает, что ключевое значение для анализа имеют не абсолютные, а относительные значения показателей [Hofstede, 2001]. Для удобства анализа социокультурные профили отдельных регионов приведены на фоне медианы. Информация о статистически значимых различиях в выраженности показателей между отдельными регионами приведена в таблице 3.

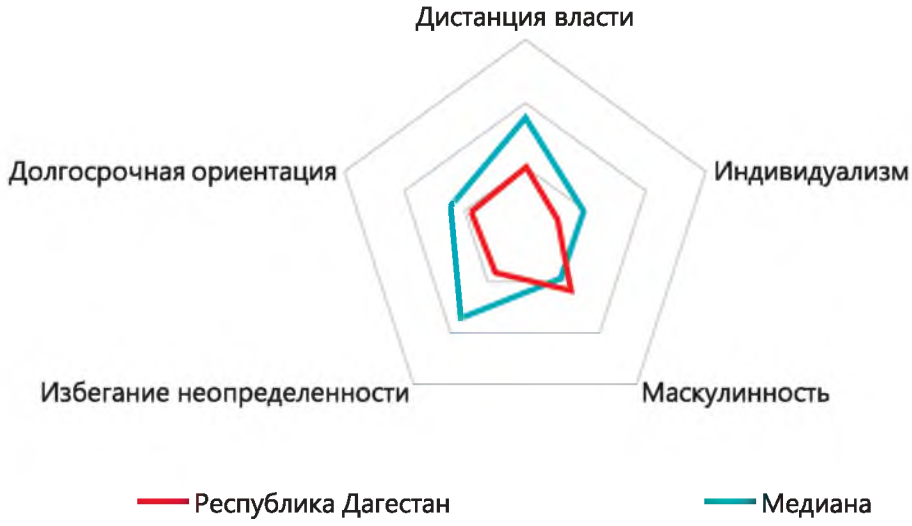
Рисунок П4-2. Социокультурный профиль Архангельской области



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – выше, чем в Республике Дагестан, Ленинградской области, Томской области и Республике Адыгея;
- по избеганию неопределенности – выше, чем в Республике Дагестан, Томской области, Москве, Краснодарском крае, Ярославской области.

Рисунок П4-3. Социокультурный профиль Республики Дагестан



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – ниже, чем в Республике Коми, Архангельской области, Хабаровском крае, Краснодарском крае, Ярославской области;
- по избеганию неопределенности – ниже, чем в Архангельской области, Нижегородской области, Республике Коми, Ленинградской области, Республике Адыгея, Республике Татарстан;
- по индивидуализму – ниже, чем в Нижегородской области, Республике Коми, Краснодарском крае;
- по маскулинности – выше, чем в Ленинградской области, Республике Татарстан.

Рисунок П4-4. Социокультурный профиль Республики Коми

Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

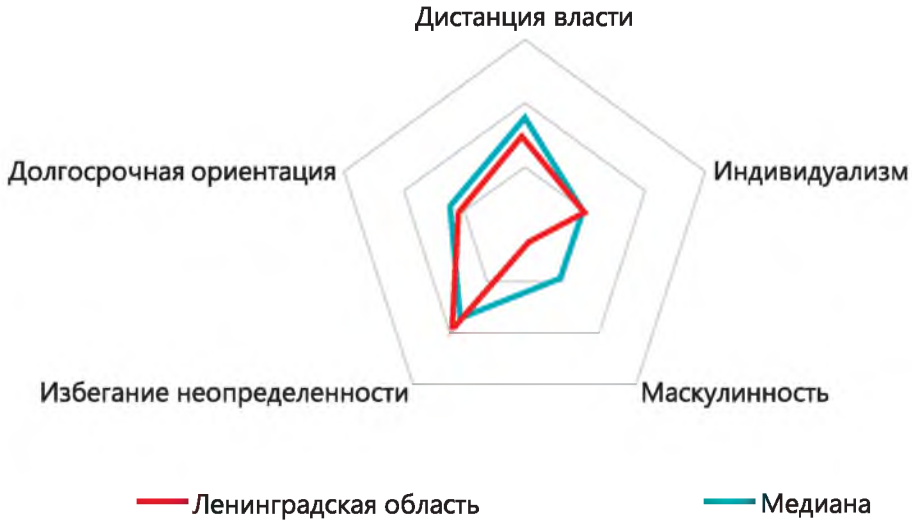
- по дистанции власти – выше, чем в Республике Дагестан, Ленинградской области, Томской области, Республике Адыгея;
- по избеганию неопределенности – выше, чем в Республике Дагестан, Томской области, Москве, Краснодарском крае;
- по индивидуализму – выше, чем в Республике Дагестан, Республике Адыгея.

Рисунок П4-5. Социокультурный профиль Краснодарского края

Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – выше, чем в Республике Дагестан;
- по избеганию неопределенности – ниже, чем в Архангельской области, Нижегородской области, Республике Коми;
- по индивидуализму – выше, чем в Республике Дагестан.

Рисунок П4-6. Социокультурный профиль Ленинградской области



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

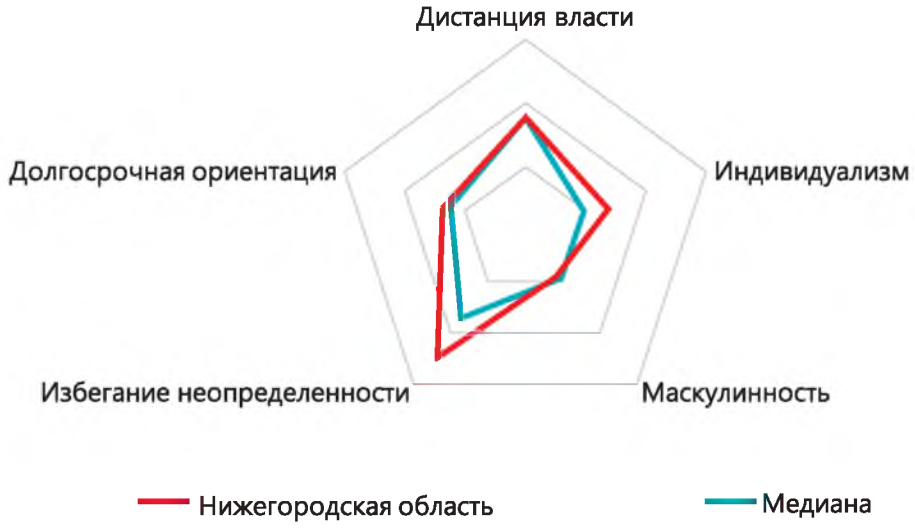
- по дистанции власти – ниже, чем в Республике Коми, Архангельской области, Хабаровском крае, Ярославской области;
- по избеганию неопределенности – выше, чем в Республике Дагестан;
- по маскулинности – ниже, чем в Республике Дагестан, Свердловской области, Республике Адыгея Томской области, Ярославской области.

Рисунок П4-7. Социокультурный профиль Москвы

Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по избеганию неопределенности – ниже, чем в Архангельской области, Нижегородской области и Республике Коми;
- по индивидуализму – ниже, чем в Нижегородской области.

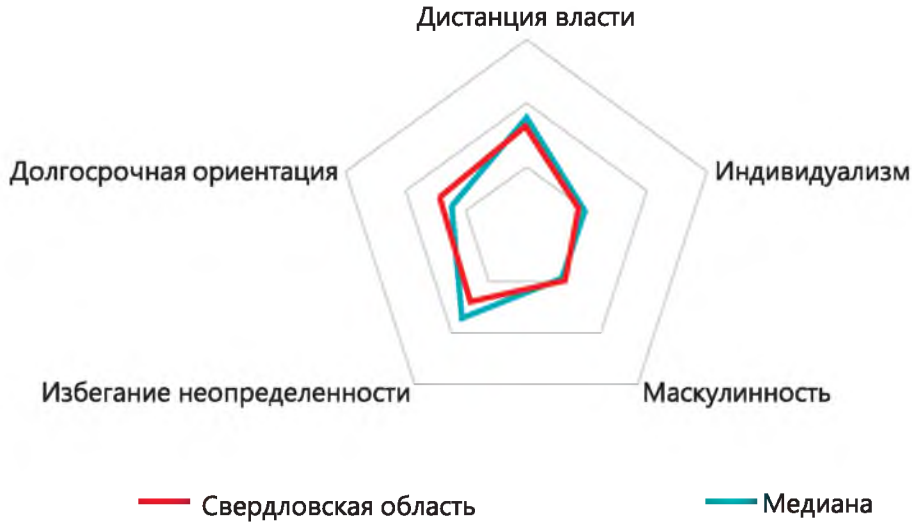
Рисунок П4-8. Социокультурный профиль Нижегородской области



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по избеганию неопределенности – выше, чем в Республике Дагестан, Томской области, Москве, Краснодарском крае, Ярославской области;
- по индивидуализму – выше, чем в Республике Дагестан, Республике Адыгея, Москве.

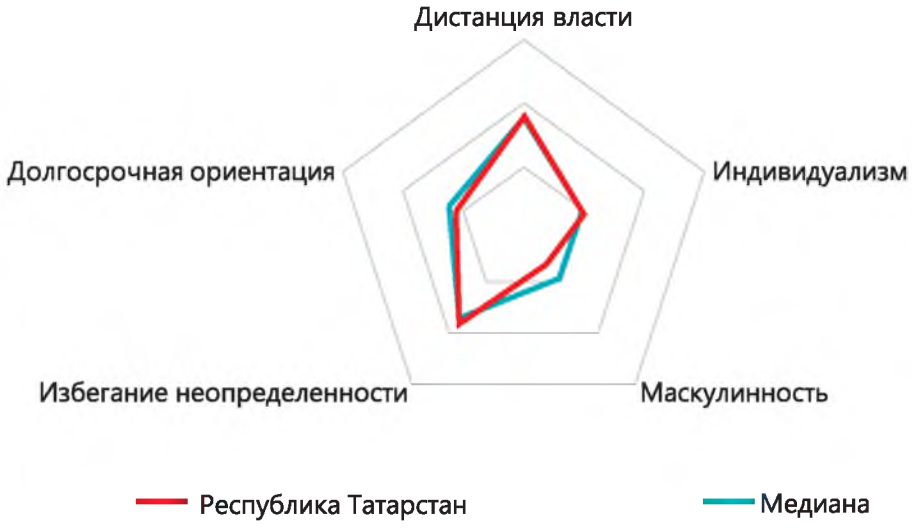
Рисунок П4-9. Социокультурный профиль Свердловской области



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по маскулинности – выше, чем в Ленинградской области, Республике Татарстан.

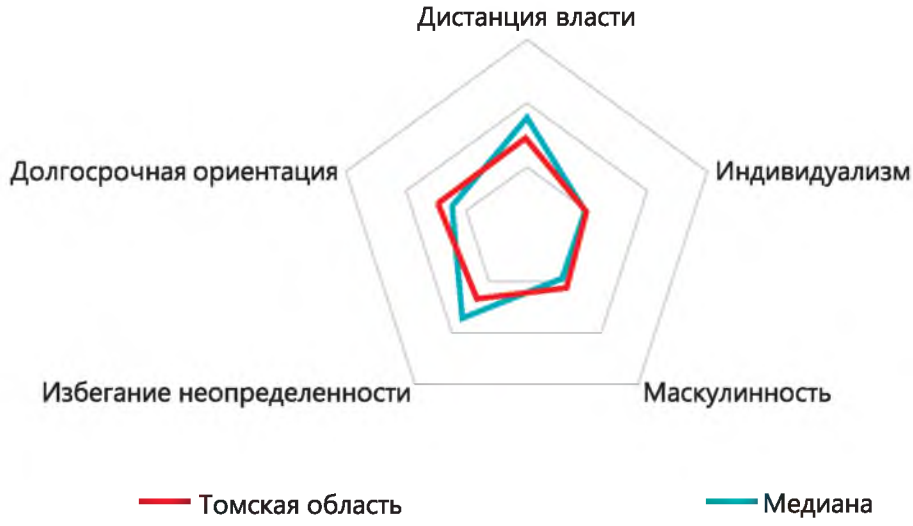
Рисунок П4-10. Социокультурный профиль Республики Татарстан



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по избеганию неопределенности – выше, чем в Республике Дагестан;
- по маскулинности – ниже, чем в Республике Дагестан, Свердловской области, Томской области.

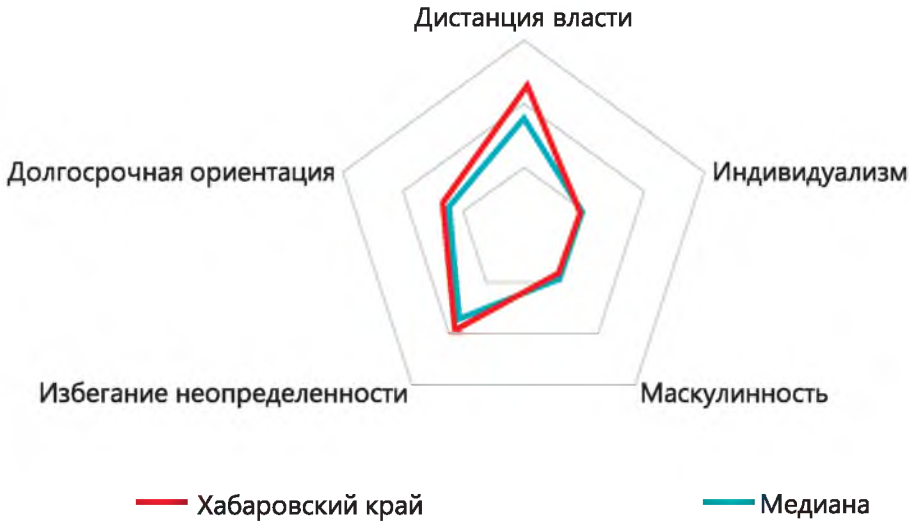
Рисунок П4-11. Социокультурный профиль Томской области



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – ниже, чем в Республике Коми, Архангельской области, Хабаровском крае, Ярославской области;
- по избеганию неопределенности – ниже, чем в Архангельской области, Нижегородской области, Республике Коми;
- по маскулинности – выше, чем в Ленинградской области и Республике Татарстан.

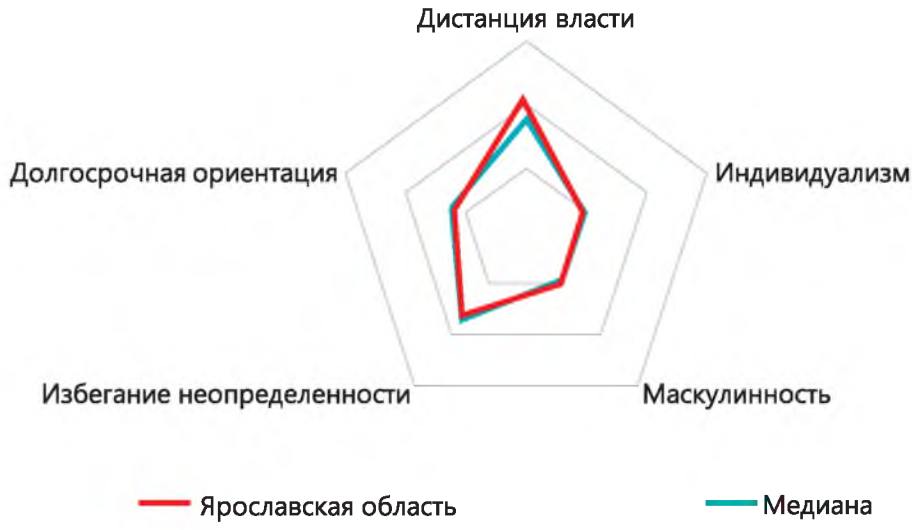
Рисунок П4-12. Социокультурный профиль Хабаровского края



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – выше, чем в Республике Дагестан, Ленинградской области, Томской области, Республике Адыгея.

Рисунок П4-13. Социокультурный профиль Ярославской области



Статистически значимые различия на 5%-ном уровне:

- по дистанции власти – выше, чем в Республике Дагестан, Ленинградской области, Томской области;
- по избеганию неопределенности – ниже, чем в Архангельской области, Нижегородской области;
- по маскулинности – выше, чем в Ленинградской области.

Опыт проведения исследований по методике Г. Хофстеде в России

Первые данные по методике Г. Хофстеде для России были получены на рубеже 1980–1990-х гг. [Hofstede, 2001, 1984; Hofstede et al. 1991]. При этом Хофстеде исходил из предпосылки, что внутри страны все люди образуют некую единую культурную общность.

Н. Латова и Ю. Латов [Латов и др., 2005], однако, указывают на необходимость учета высокой гетерогенности этих показателей на региональном уровне, поскольку Россия – страна с очень большой территорией и высокой гетерогенностью населения, а следовательно, культурные характеристики разных территориальных групп могут значимо отличаться. Исследование, охватывающее несколько регионов России, было проведено в 1995–1996 гг. в Приволжском, Центральном, Уральском, Северо-Западном и Южном федеральных округах России [Naumov, Puffer, 2000]. Авторы, используя собственную модификацию методики Хофстеде, опросили 250 студентов, преподавателей, специалистов, бизнесменов и получили следующие результаты: а) в целом отклонения показателей невелики; б) наибольшие отклонения наблюдаются по индивидуализму: относительно более индивидуалистичные регионы – в Южном федеральном округе, менее – в Уральском. Наименьшая вариация наблюдается по показателю избегания неопределенности.

В 2002 г. в рамках проекта «Региональные конфликты» Центра конфликтологии Института социологии РАН было запущено исследование в Нижегородской и Ярославской областях (557 и 545 респондентов соответственно). В дальнейшем похожие данные были собраны Институтом социологии РАН в Тюмени, Уфе и Москве. Исследование велось также по модифицированной версии опросника Г. Хофстеде, и по его результатам был сделан вывод об «относительном ментальном единстве российской нации» в силу низкой вариации показателей [Латов и др., 2005]. Наибольшая вариация была выявлена по показателю индивидуализма: относительно высокий – в Уфе и относительно низкий – в Нижнем Новгороде.

В 2002 г. В. А. Ядов собрал данные опроса 518 рабочих, мастеров, специалистов и руководителей четырех заводов в Самаре, Муроме, Волжске и Москве и, используя авторскую модификацию методики Хофстеде, выявил весьма значительные вариации показателей дистанции власти и маскулинности. Согласно результатам

исследования, Волжск отличается относительно высокими дистанцией власти и маскулинностью, в то время как в Самаре эти показатели самые низкие.

В 2003 г. В. П. Дубицкая и М.И. Тарарухина провели исследование ценностей Г. Хофстеде в 10 экономических районах России на выборке из 1 700 респондентов — сотрудников российской энергетической компании. Согласно результатам данного исследования, самый большой разброс значений наблюдается по показателю маскулинности: наибольшего значения он достигает в Уральском регионе, наименьшего — в Волго-Вятском [Дубицкая, 2015].

В 2004 г. Ю. В. Латов и Н.В. Латова провели по репрезентативной выборке анкетирование жителей Тулы (620 респондентов), Ставрополя (600 респондентов) и Тюмени (1000 респондентов). Исследование показало, что в регионах России наименьшая вариация наблюдается по показателям дистанции власти, маскулинности и долгосрочной ориентации. Показатели индивидуализма и избегания неопределенности менее однородны в регионах, при этом в Ставрополе наблюдается относительно высокое избегание неопределенности и низкий индивидуализм, а в Тюмени — относительно высокий индивидуализм и низкое избегание неопределенности.

В указанных выше исследованиях использовались различные модификации методологии Хофстеде и разные выборки респондентов. Для целей сопоставления регионов по ценностям Хофстеде агрегирование данных всех предшествующих исследований не представляется возможным [Латов и др., 2005].

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ДОВЕРИЕ И НОРМЫ ГРАЖДАНСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Таблица П5-1. Ответы на вопросы, характеризующие радиус доверия респондента
(средние значения)

	СЗФО	ЦФО	ПФО	УФО	ДФО	СФО	ЮФО	Москва
Полностью доверяю своей семье	87,9%	91,5%	83,5%	90,7%	87,0%	90,4%	92,9%	81,0%
Полностью доверяю соседям	21,8%	21,0%	26,4%	13,4%	20,2%	12,9%	18,7%	11,0%
Полностью доверяю людям, которых знаю лично	17,9%	24,1%	23,6%	20,2%	17,1%	17,8%	15,8%	22,4%
Полностью доверяю людям, которых вижу в первый раз	9,8%	1,3%	1,6%	0,5%	2,1%	0,3%	0,0%	1,9%

Источник: World Values Survey, 2011

Таблица П5-2. Ответы на вопросы, характеризующие доверие большинству людей и людям, окружающим лично респондента (средние значения)

	Как вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?		**А если говорить о людях, которые окружают лично вас, то большинству из них можно доверять или в отношениях с ними следует быть осторожными?**	
	Большинству людей можно доверять	**В отношениях с людьми следует быть осторожными**	**Большинству можно доверять**	**В отношениях с людьми моего окружения следует быть осторожными**
Москва	25,4%	74,6%	78,4%	21,6%
Краснодарский край	19,1%	80,9%	74,1%	25,9%
Ленинградская область	20,3%	79,7%	72,9%	27,1%
Нижегородская область	18,8%	81,2%	75,6%	24,4%
Республика Дагестан	23,0%	77,0%	59,8%	40,2%
Республика Татарстан	22,8%	77,2%	70,3%	29,7%
Свердловская область	23,1%	76,9%	79,1%	20,9%
Томская область	23,3%	76,7%	77,1%	22,9%
Хабаровская область	23,0%	77,0%	73,0%	27,0%
Ярославская область	18,2%	81,8%	73,8%	26,2%

Источник: по данным исследования «Евробарометр в России» (www.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra) и исследования поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ, проведенного «РВК» при поддержке Центра стратегических разработок и Института национальных проектов (выборка репрезентативна на уровне регионов)

Таблица П5-3. Ответы на вопросы, характеризующие нормы гражданской кооперации

Насколько, по Вашему мнению, заслуживает оправдание... (никогда не заслуживает, %)	**Получение государственных пособий, на которые человек не имеет права**	**Проезд зайцем в общественном транспорте**	**Неуплата налогов, если есть такая возможность**	**Получение взятки с использованием служебного положения**	**Уклонение от ответственности за ущерб, причиненный на автостоянке другому автомобилю**
Москва	36%	25%	41%	82%	55%
Краснодарский край	36%	32%	44%	83%	56%
Ленинградская область	43%	34%	51%	82%	59%
Нижегородская область	32%	32%	44%	80%	52%
Республика Дагестан	25%	24%	31%	70%	39%
Республика Татарстан	33%	29%	42%	77%	48%
Свердловская область	41%	33%	44%	86%	56%
Томская область	29%	25%	40%	83%	50%
Хабаровская область	34%	27%	42%	81%	49%
Ярославская область	32%	34%	39%	79%	50%

Источник: по данным исследования «Евробарометр в России» (www.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra) и исследования поведенческих и институциональных предпосылок технологического развития регионов РФ, проведенного «РВК» при поддержке Центра стратегических разработок и Института национальных проектов (выборка репрезентативна на уровне регионов)

ПРИЛОЖЕНИЕ 6. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

(На основе анализа социокультурного разнообразия регионов России)

На основе комплексной классификации регионов, опирающейся на совокупный анализ факторов социокультурного разнообразия, в данном пункте формулируются рекомендации для каждой выделенной группы регионов с целью стимулирования инновационного развития и предпринимательства.

Необходимо отметить, что учет региональных особенностей очевидным образом определяет эффекты второго порядка значимости по отношению к выбору основного содержания реформ. Поэтому существенной составляющей анализа и подробной детализации рекомендаций является общее представление о фундаментальном направлении (или фундаментальных направлениях) планируемых реформ в целом для всего общества, что позволяет на следующем шаге формировать подходы и способы адаптации для выделенных групп регионов. Более того, для подробной проработки специфических рекомендаций по внедрению и региональной адаптации реформ крайне необходимо отталкиваться от сути и детализированной программы каждой конкретной реформы. Таким образом, одной из базовых рекомендаций по адаптации реформ на региональном уровне является институциональное закрепление анализа и сопровождения планирующихся и внедряемых реформ с позиций региональных различий, прорабатываемых для каждой отдельно взятой реформы.

В то же время построенная комплексная классификация регионов позволяет сформулировать совокупность рекомендаций общего характера, контекстно независимых от содержания реформ. В данном пункте представлен перечень рекомендаций по развитию ценностей, ориентированных на инновационное развитие и развитие предпринимательства, а также их адаптацию для каждой выделенной группы регионов.

ГРУППА 1. В регионах данной группы родным языком большей части населения является русский, при этом население демонстрирует сравнительно более высокую готовность к реформам. Наиболее характерными представителями группы 1 являются: Республика Карелия, Республика Коми, Вологодская область, Новгородская область, Тюменская область, Ханты-Мансийский АО — Югра, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий АО.

В части инновационного развития:

- Поощрение всех инициативных форм предпринимательства.
- Акцентирование внимания среднего и высшего образования в части передачи «инновационных» навыков и обучения современному управлению инновациями, в том числе в рамках пилотных проектов по индивидуальным траекториям обучения.
- Активное продвижение инновационных технологий[37] в быту и в образовательных учреждениях (школах/вузах).

В среднем для регионов данной группы характерна более высокая адаптивность по отношению к реформам, более высокая мобильность населения, поэтому для более эффективного стимулирования инновационного мышления здесь необходимо существенное и всестороннее воздействие во всевозможных форматах.

Одним из наиболее ярких форматов «доведения инноваций до конечного потребителя» могло бы стать развитие рынка арендного жилья, удовлетворяющего всем современным (инновационным) стандартам качества. В частности, одним из стимулирующих факторов может стать разработка и апробация (внедрение) новых стандартов качества по инновационному оснащению жилых домов (дополнительная внутридомовая фильтрация воды, системы энергосбережения, централизованные системы кондиционирования, системы «умный дом» и т. п.). Стандарты должны иметь рекомендательный характер и отвечать новейшему мировому опыту. Для формирования соответствующего сегмента рынка арендного жилья необходимо активное продвижение таких рекомендательных стандартов через СМИ с целью разъяснения отдельных аспектов всем группам населения.

[37] Идеи «непрерывной смены технологического уклада», постоянного улучшения качества жизни в части доступности и простоты использования всевозможных технологических и информационных сервисов станут доминирующими в обществе только тогда, когда войдут в повседневную практику широких масс. Наряду с уже существующими и постепенно распространяющимися в регионах регулярными рутинами, такими как безналичная оплата проезда в общественном транспорте с использованием электронных карт или оплата коммунальных и других услуг посредством онлайн-банкинга, желательно также ввести в бытовые реалии большей части населения регулярность использования инновационных продуктов различных типов. Это позволит в некотором смысле приучить население к новым стандартам качества, а также будет способствовать формированию положительных инновационных ожиданий. Одним из действенных способов внедрения инноваций (в широком смысле) в быту и повседневной жизни является адаптация жилищных условий под современные стандарты качества. При этом в зависимости от характеристик, присущих рассматриваемым регионам в выделенной нами классификации, данная рекомендация была специфицирована для каждой группы.

Необходимо также отметить, что подобные новые микрорайоны будут служить дополнительным стимулом межрегиональной миграции, а следовательно, затронут и наиболее мобильную часть населения регионов, классифицированных в группы 2–4. Последнее может иметь дополнительный положительный синергетический эффект в силу концентрации на единых (локальных) территориях проживания наиболее активного, инновационно настроенного населения. Попутно было бы полезно создавать в таких микрорайонах и современную, инновационно оснащенную социальную инфраструктуру (школы, учреждения здравоохранения и т. п.).

Здесь, безусловно, возникают риски диспропорций в силу ограниченности объемов инвестиций в подобные «микрорайоны – ростки бытовых инноваций». Ясно также, что комплементарным фактором является и наличие потенциально инновационных по своей природе рабочих мест, что требует аккуратного территориального планирования при формировании таких микрорайонов.

В части развития предпринимательства:

- Поощрение предпринимательской коммуникации, в том числе посредством общественных организаций (НКО): расширение горизонтальных связей в предпринимательской среде как внутри регионов, так и – что более важно – между регионами и в связке «регион – центр». Поддержка различных НКО в форматах «предпринимательских клубов», «ассоциаций женского предпринимательства» и пр., снижение барьеров в создании и функционировании данного рода организаций. Предоставление грантов на создание новых организаций такого типа на конкурсной основе, особенно для малых городов и сельских районов.

- Приоритет в размещении современных крупных автоматизированных производств (со сложным менеджментом).

- Стимулирование регионов со стороны федерального центра в создании и развитии локальных зон развития.

- Вовлечение в предпринимательскую деятельность более широких слоев населения и создание специальных условий (льготы, кредиты, субсидии в дополнение к существующим) для впервые зарегистрированных предпринимателей, особенно для предприятий, функционирующих в сферах инновационной деятельности (сроком на 1-3 года; срок ранжируется в зависимости от уровня и суммарного объема предусматриваемых льгот в денежном эквиваленте).

ГРУППА 2. В регионах данной группы родным языком большей части жителей является русский, при этом население в существенной степени демонстрирует патерналистские настроения. Наиболее характерными представителями группы 2 являются: Иркутская, Новосибирская, Омская и Оренбургская области.

В части инновационного развития:

- Заимствование опыта ведущих регионов (группы 1) в части организации управления инновациями.

- Поощрение предпринимателей, готовых на «технологические сдвиги» в производстве продуктов, путем лизинговых схем на покупку капитала или патентов на производство.

- Поощрение предпринимателей, регулярно обновляющих компьютерное и программное, в т. ч. специализированное, обеспечение на своих предприятиях (налоговые льготы, субсидирование кредитов или лизинга).

- Поощрение интернет-коммерции: поддержка обучения местных предпринимателей (прежде всего — представителей малого бизнеса) по созданию бизнеса в сети Интернет с целью расширения сбыта, выхода на региональный, межрегиональный или международный уровень; создание локальной инфраструктуры, способствующей такому развитию, в том числе логистической инфраструктуры на региональном/межрегиональном уровне.

- Развитие коммунальной и инновационной инфраструктуры.

Для данной группы регионов необходимы более умеренные стимулы, чем для регионов группы 1, не провоцирующие дополнительного социального расслоения. В этом смысле соответствующие инициативы по развитию коммунальной и инновационной инфраструктуры должны быть в большей степени ориентированы на всеобщий охват, а не на выделение наиболее активных групп населения.

В части развития предпринимательства:

- Создание позитивного образа предпринимателя как «творца продукта», «кормильца», мецената (локального и регионального уровня).

- Поощрение и упрощение деятельности предпринимателей на региональном уровне; гранты на обучение предпринимательству, поддержка финансовой грамотности.

- Введение дополнительных мер правовой защиты предпринимателей, в частности, от рэкета и возможного рейдерского захвата, в некрупных поселениях (малых городах и относительно развитых сельских поселениях).

- Распространение идей предпринимательской кооперации и более активной коммуникации, в том числе в рамках НКО.

- Поддержка деятельности уже существующих малых предприятий, предоставление дополнительных стимулов для внутреннего (в т. ч. инновационного) развития этих предприятий:

  I рекомендуется предусмотреть льготы и поощрения при своевременном обновлении оборудования (в т. ч. IT), автоматизации производства, ускоренной амортизации оборудования и т. п., поощрение использования лизинговых схем для обновления оборудования;

  II для более широкого распространения «инновационного мышления» в регионах группы 2 также рекомендуется стимулировать развитие предпринимателями электронной и интернет-коммерции;

  III отдельные льготы рекомендуется предусмотреть для предпринимателей из регионов группы 1, открывающих в регионах группы 2 свои филиалы или представительства.

ГРУППА 3. В регионах данной группы существенную долю населения составляют люди с одним и тем же родным языком, отличным от русского. Вопросы имплементации и адаптации реформ здесь носят более сложный, комплексный характер. Наиболее характерным представителем группы 3 можно назвать Республику Татарстан.

В части инновационного развития:

- Важной компонентой может стать формирование республиканских (региональных) фондов инвестиций/инноваций, локализованных по управлению на региональном уровне, но получающих поддержку из федерального центра по мере выхода участников на межрегиональный и международный рынок.

  Этап развития «межрегионального» предпринимательства может позиционироваться как дополнительная социальная функция — нести знание (и специфику продукта) «в массы», т. е. в другие регионы.

- Активное внедрение инновационных технологий в быту, в том числе в сельской местности, а также широкое освещение этого процесса в СМИ.

  Особенности развития коммунально-бытовой и инновационной инфраструктуры для этой группы регионов желательно ориентировать прежде всего на группы населения, являющиеся носителями соответствующих региональных традиций. В этом смысле отдельное внимание должно быть уделено поселениям, расположенным в сельской

местности, особенно в части обеспечения инновационной IT-инфраструктурой (в первую очередь доступом к сети Интернет), способствующей формированию у населения привычки воспринимать и принимать новое.

Сочетание региональных культурных особенностей и традиций с доступом к современной информации может дать положительный синергетический эффект как в части развития инновационного мышления, так и в части развития предпринимательства, в том числе ориентированного на производство продукции региональных брендов. Как и в случае группы 1, подобные программы должны сопровождаться широким освещением в СМИ.

В части развития предпринимательства:

- Поощрение предпринимателей, выпускающих специфические региональные продукты, более активное внедрение торговых марок, ориентированных на регион, стимулирование межрегиональной торговли такими товарами.

- Поощрение и развитие предпринимательства в молодежной среде, которая, с одной стороны, является носителем региональных социокультурных традиций, но, с другой стороны, обладает более высокой степенью адаптивности и мобильности и в этом смысле могла бы послужить основным драйвером распространения инновационного мышления в деловой среде и в целом в обществе.

ГРУППА 4. В регионах данной группы присутствует большое число различных этнических групп, языки которых также, соответственно, различны. Отдельные группы населения в рассматриваемых регионах имеют традиционный (иногда – архаический) социокультурный уклад, что требует особого и аккуратного подхода к выработке, имплементации и адаптации реформ для данных регионов. Наиболее характерным представителем группы 4, демонстрирующим максимальную степень фракционализации, является Республика Дагестан.

В части инновационного развития:

- Развитие глобального (межрегионального и даже регионального) предпринимательства здесь может быть ограничено естественными (экзогенными) факторами, однако необходимо акцентировать внимание на позитивном образе предпринимателя как «творца продукта», «кормильца», мецената (локального уровня).

- Понимание ценностей, ориентированных на инновационное развитие, скорее в контексте готовности к приобретению и накоплению известных знаний.

- Активное развитие базовой коммунальной и инновационной инфраструктуры: электричества, мобильной связи, телевидения, Интернета.

В части развития предпринимательства:

- Упрощение и легализация деятельности локальных предпринимателей (действующих в рамках отдельных поселений/муниципалитетов); выдача грантов на обучение предпринимательству, поддержка финансовой грамотности.

- Акцентирование особого внимания на вопросах коррупции («нелегального налогообложения») в малых поселениях – принятие дополнительных мер защиты.

- Распространение идей предпринимательской кооперации и более активной коммуникации, в том числе в рамках НКО.

ПРИЛОЖЕНИЕ 7. ОПИСАТЕЛЬНАЯ СТАТИСТИКА ГРУПП ПОДДЕРЖКИ И ГРУПП КРИТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМ

Таблица П7-1. Исходные вопросы и ключевые параметры отношения к реформам, использовавшиеся при кластеризации респондентов

Параметр	Исходный вопрос	Используемая кодировка
Готовность к решительным реформам	Оцените по шкале от 1 до 10, какая позиция Вам ближе: «Нужно соблюдать осторожность при принятии решений, связанных с серьезными переменами» (1) или «При принятии решений, связанных с серьезными переменами, надо действовать смело, решительно» (10)	1, если респондент выбрал ответ 6–10; 0, если респондент выбрал ответ 1–5
Вера в собственные силы	Оцените по шкале от 1 до 10, какая позиция Вам ближе: «Усердная работа обычно не приводит к успеху, главную роль играют удача и связи» (1) или «В конечном итоге, усердная работа вознаграждается. Удача и связи играют второстепенную роль» (10)	1, если респондент выбрал ответ 6–10; 0, если респондент выбрал ответ 1–5
Гражданская активность*	Представьте, что Вас пригласили поучаствовать в нескольких общественных благотворительных проектах, например, по благоустройству парков, которые организуют разные люди и организации. В каком из перечисленных проектов Вы бы скорее приняли участие?	1, если респондент принял бы участие в благотворительном проекте; 0, если респондент не принял бы участие ни в одном из предложенных благотворительных проектов

* Интегральные переменные гражданской активности и доверия к государству были получены путем слияния соответствующих переменных в факторы с использованием факторного анализа (метод главных компонент, метод вращения — варимакс).

Гражданская активность	Представьте, что государство проводит лотерею с крупным призовым фондом на следующих условиях: 13% от суммы выигрыша получает победитель, а остальную сумму он имеет право распределить по статьям бюджета — на науку, культуру, образование или социальную сферу. Вы бы стали или не стали участвовать в такой лотерее?	1, если респондент стал бы участвовать в лотерее; 0, если респондент не стал бы участвовать в лотерее
	В мире распространена практика, когда граждане участвуют в распределении части местного бюджета. Представьте, что у Вас есть возможность влиять на распределение части бюджета вашего города, поселка (для Москвы, Санкт-Петербурга, Севастополя и для села — района). Вы бы стали или не стали принимать в этом участие?	1, если респондент стал бы участвовать; 0, если респондент не стал бы участвовать
	В некоторых странах граждане сами декларируют свои доходы (в том числе зарплату), ежегодно подавая налоговую декларацию. При каких из перечисленных условий Вы бы согласились самостоятельно подавать налоговую декларацию?	1, если респондент стал бы заполнять декларацию при наличии возможности направить часть уплачиваемых налогов на социально значимые цели (образование, медицина, поддержка общественных организаций и т. п.); 0 в любом ином случае (кроме варианта «затрудняюсь ответить», не учитываемого при подсчете)
Доверие государству	Скажите, пожалуйста, в какой степени Вы доверяете главе вашего города (поселка, для Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя, а также для села — района)	1, если респондент ответил «Полностью доверяю» или «Скорее доверяю»; 0, если респондент ответил «Скорее не доверяю» или «Полностью не доверяю»
	Скажите, пожалуйста, в какой степени Вы доверяете главе вашей области (края, республики, для Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя — города)	1, если респондент ответил «Полностью доверяю» или Скорее доверяю»; 0, если респондент ответил «Скорее не доверяю» или «Полностью не доверяю»
	Скажите, пожалуйста, в какой степени Вы доверяете президенту РФ	1, если респондент ответил «Полностью доверяю» или «Скорее доверяю»; 0, если респондент ответил «Скорее не доверяю» или «Полностью не доверяю»

Таблица П7-2. Распределение респондентов из трех кластеров в соответствии с возрастом, материальным положением и типом населенного пункта проживания

	Возраст			
	18–30 лет	31–45 лет	46–60 лет	Старше 60 лет
Группа критического отношения к реформам	20,8%	28,3%	33,5%	17,4%
Группа поддержки реформ «снизу»	32,3%	31,1%	24,9%	11,7%
Группа поддержки реформ «сверху»	25,8%	27,6%	27,1%	19,5%

	Материальное положение семьи				
	Денег не хватает на питание	На питание хватает, на одежду — нет	На одежду хватает, на крупную бытовую технику — нет	На бытовую технику хватает, на автомобиль — нет	На автомобиль хватает
Группа критического отношения к реформам	9,4%	27,6%	35,2%	17,4%	10,3%
Группа поддержки реформ «снизу»	4,5%	18,2%	35,6%	25,4%	16,4%
Группа поддержки реформ «сверху»	7,3%	20,0%	38,5%	22,9%	11,4%

	Тип населенного пункта*				
	города с количеством жителей 1 млн и более	Города с количеством жителей от 250 тыс. до 1 млн	Города с количеством жителей от 50 до 250 тыс.	Города с количеством жителей менее 50 тыс., ПГТ	Села
Группа критического отношения к реформам	13,7%	22,8%	22,8%	18,1%	22,8%
Группа поддержки реформ «снизу»	16,2%	20,0%	20,8%	17,4%	25,6%
Группа поддержки реформ «сверху»	14,2%	20,9%	15,3%	16,5%	33,2%

* Москва была исключена из анализа в силу наличия у нее значительных отличий от других представителей группы городов-миллионников, в частности, высокой численности населения, сосредоточения в ней крупных финансовых и миграционных потоков, а также более высокого уровня дохода у респондентов, чем в среднем по России.

Таблицы П7-3 — П7-5. Распределение респондентов из кластеров поддержки и критического отношения к реформам в зависимости от характеристик занятости, образования, округа проживания

	Какое у вас образование? (один ответ)						
	Неполное среднее или ниже	Среднее общее (школа)	Начальное профессиональное (ПТУ, лицей и т. п.)	Среднее специальное (ссуз, техникум, колледж, медицинское училище и т. п.)	Незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)	Высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т. п.)	Аспирантура, ученая степень, звание
Группа критического отношения к реформам	4,1%	23,7%	6,0%	37,7%	2,3%	25,6%	0,5%
Группа поддержки реформ «снизу»	3,9%	19,0%	5,3%	36,0%	3,3%	32,3%	0,2%
Группа поддержки реформ «сверху»	4,7%	24,7%	5,8%	36,8%	2,4%	24,7%	0,9%

	Занятость	
	Работающие	Неработающие
Группа критического отношения к реформам	59,8%	40,2%
Группа поддержки реформ «снизу»	67,3%	32,7%
Группа поддержки реформ «сверху»	57,7%	42,3%

	Федеральные округа							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Группа критического отношения к реформам	26,5%	11,4%	8,7%	6,4%	19,4%	6,9%	17,8%	2,8%
Группа поддержки реформ «снизу»	24,9%	10,2%	8,8%	5,7%	19,6%	10,2%	16,8%	3,7%
Группа поддержки реформ «сверху»	28,9%	8,6%	13,6%	7,5%	22,3%	7,9%	7,8%	3,4%

Примечание: размер выборки в Дальневосточном федеральном округе (66 респондентов) не достаточен для формулирования содержательных выводов о сходстве и различиях между данным округом и другими округами

ПРИЛОЖЕНИЕ 8. ОТНОШЕНИЕ К РЕФОРМАМ РАЗНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Отношение к преобразованиям в зависимости от уровня благополучия[38]

Наибольшую степень критического отношения к реформам «снизу» демонстрируют сегменты общества с самой низкой оценкой материального положения («Денег не хватает на питание»). (Дополнительные таблицы с распределениями в зависимости от образования, занятости, округа проживания и др. приведены в Приложении 7.)

Так, для групп населения с низкой оценкой материального благополучия характерна низкая готовность к участию в разного рода инициативах:

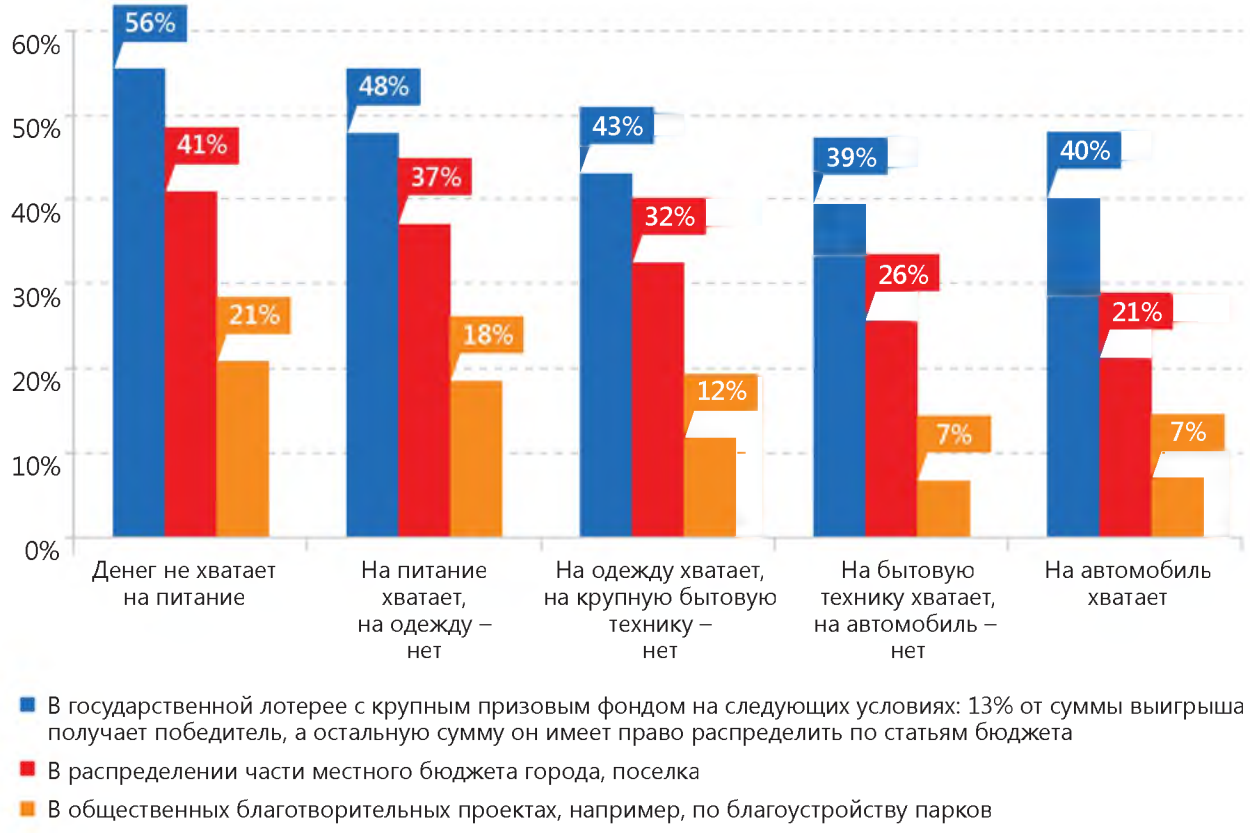
- 56% не стали бы участвовать в налоговой лотерее, условия которой позволяют распределить часть выигрыша по статьям бюджета – на развитие науки, культуры, образования или социальной сферы (в сегментах общества с уровнем благополучия выше среднего отказались от участия 40%);

- 41% не стал бы ни при каких условиях участвовать в партиципаторном бюджетировании (в сегментах общества с высоким уровнем благополучия отказались от участия лишь 21%);

- 21% не стал бы участвовать ни в каком общественном благотворительном проекте (в сегментах общества с высоким уровнем благополучия отказались от участия лишь 7%).

[38] Для анализа поддержки и критического отношения к реформам по уровню дохода российское общество сегментировано на 5 групп: группа с низкой оценкой объективного благополучия («Денег не хватает на питание») – 144 респондента (7% выборки); группа с оценкой объективного благополучия ниже среднего («На питание хватает, на одежду – нет») – 434 респондента (22% выборки); группа со средней оценкой объективного благополучия («На одежду хватает, на крупную бытовую технику – нет») – 737 респондентов (37% выборки); группа с оценкой объективного благополучия выше среднего («На бытовую технику хватает, на автомобиль – нет») – 439 респондентов (22% выборки); группа с высокой оценкой объективного благополучия («На автомобиль хватает») –246 респондентов (12% выборки).

Рисунок П8-1. Неготовность к участию в общественных инициативах и преобразованиях в разных группах населения по уровню материального благополучия

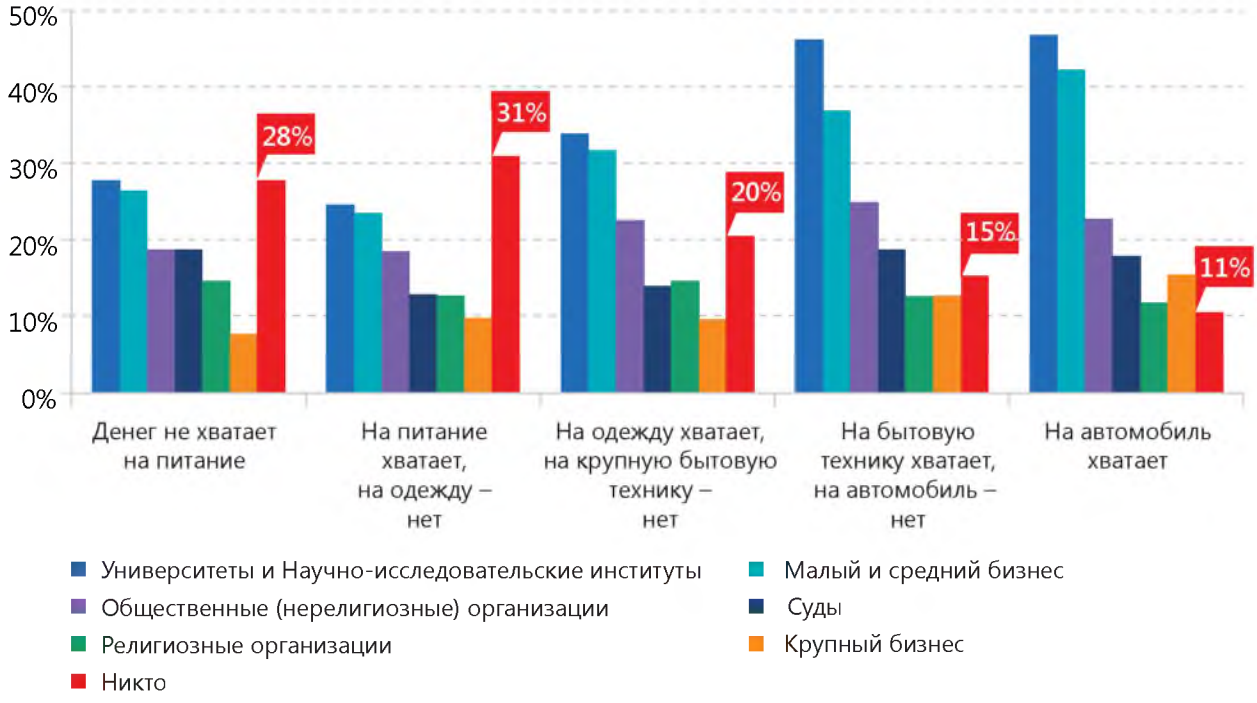


Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

Критическое отношение к реформам «снизу», свойственное низкодоходным группам населения, усугубляется рядом обстоятельств: низким доверием институтам, коротким горизонтом планирования, настороженным отношением к переменам.

Так, 28% респондентов с наиболее низкими доходами считают, что никакой из неправительственных институтов (университеты и научно-исследовательские институты, бизнес, общественные [нерелигиозные] организации, суды, религиозные организации) не заслуживает доверия. Отметим, что в группе с высоким уровнем благополучия никому не доверяют только 11% респондентов. Отсутствие доверия к неправительственным институтам блокирует возможность их подключения к процессу реформирования «снизу» – как трансляторов информации о реформах или как неких центров гражданской активности, сплачивающих вокруг себя граждан с низкими доходами.

Рисунок П8-2. Институциональное доверие в разных группах населения по уровню материального благополучия



Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

43% представителей низкодоходных групп не строят никаких планов на будущее (в группе с высоким уровнем благополучия планов нет у 16%). Короткий горизонт планирования ограничивает возможности по вовлечению низкодоходных групп населения в процесс преобразований, особенно, предполагающих наличие отложенных эффектов.

42% респондентов с самой низкой оценкой благополучия уверены, что нужно соблюдать осторожность при принятии решений, связанных с серьезными переменами (в группе с высоким уровнем благополучия с таким мнением согласны 25%). Относительно высокая осторожность в отношении перемен может послужить препятствием для участия в общественных инициативах и реформах «снизу», поскольку люди в большей степени склонны к сохранению статус-кво.

Рисунок П8-3. Склонность к планированию в разных группах населения по уровню благополучия

Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

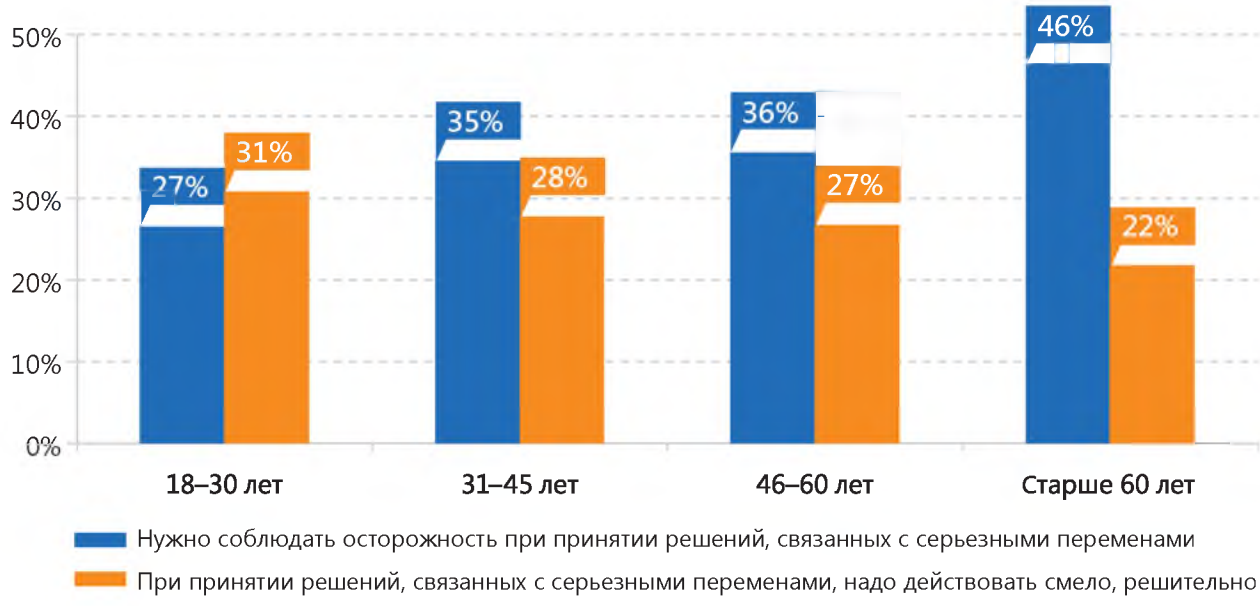
Рисунок П8-4. Отношение к переменам в разных группах населения по уровню благополучия

Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

Отношение к преобразованиям в зависимости от возраста[39]

В качестве группы поддержки реформ могут выступать люди в возрасте от 18 до 30 лет: только 27% представителей этой группы считают, что при принятии решений, связанных с серьезными переменами, действовать нужно осторожно. У респондентов более старшего возраста настороженность по отношению к переменам перевешивает проактивное отношение: в возрастной группе старше 60 лет эту позицию разделяют 46%.

Рисунок П8-5. Отношение к переменам в разных возрастных группах



Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

Помимо этого, представители возрастной группы до 30 лет открыты к преобразованиям в налоговой сфере. 71% готовы самостоятельно подавать налоговую декларацию (в среднем по всем группам готовность проявили 57% респондентов); 61% готовы к переходу на накопительную пенсионную систему (в среднем по всем группам аналогичную готовность проявили 51%).

Представители других возрастных групп в меньшей степени готовы к проведению преобразований. Однако группы старше 60 лет нельзя назвать группами критического отношения к реформам, поскольку и в этих сегментах общества относительно велика доля людей, проявляющих поддержку потенциальным преобразованиям, но другого типа – направленным прежде всего на снижение социального неравенства. Различия в степени

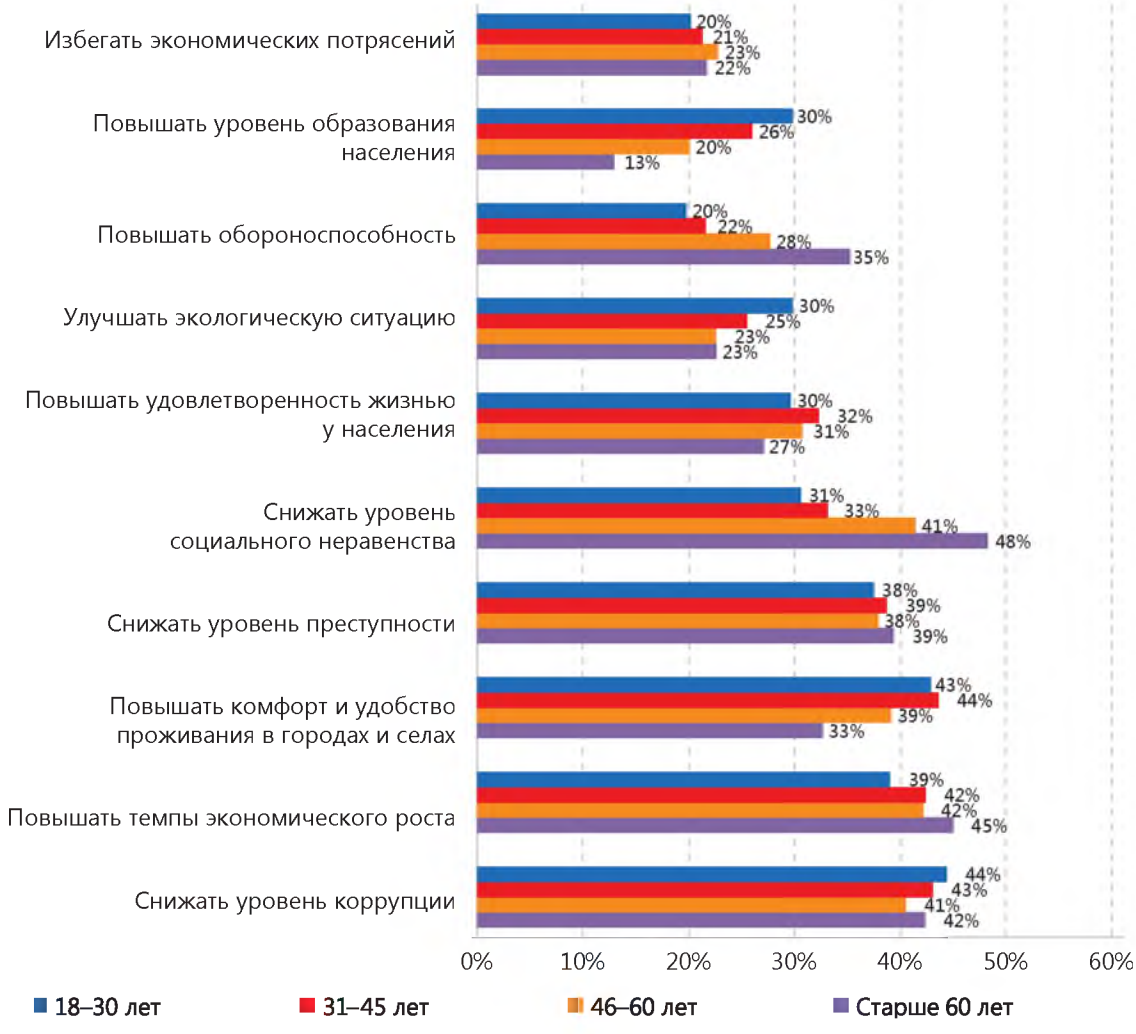
[39] Для анализа групп поддержки и групп критического отношения к реформам российское общество было сегментировано на четыре группы: население в возрасте 18–30 лет – 520 респондентов (26% выборки); население в возрасте 30–45 лет – 573 респондента (29% выборки); население в возрасте 45–60 лет – 567 респондентов (28% выборки); население старше 60 лет – 340 респондентов (17% выборки).

поддержки преобразований в разных сегментах общества могут быть обусловлены различиями во взглядах на приоритетные цели развития страны:

- в группе моложе 30 лет значительно бо́льшая доля респондентов (чем в других группах) считает одной из первоочередных задач развития страны повышение качества образования;

- для группы населения старше 60 лет значительно бо́льшая доля респондентов (чем в других группах) считает первоочередными задачами снижение социального неравенства населения и обеспечение обороноспособности страны.

Рисунок П8-6. Приоритетные цели развития страны у разных возрастных групп (представлены 10 наиболее приоритетных целей)



Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

Различия во взглядах на развитие страны у разных возрастных групп проявляются в разнице приоритетов при определении необходимых условий проведения преобразований:

- для большинства респондентов моложе 30 лет важно, чтобы при проведении изменений, направленных на повышение уровня жизни, не ограничивались права и свободы граждан;

- для большинства респондентов старше 60 лет важно, чтобы не нарушались принципы справедливости.

Перечисленные различия во взглядах на курс развития страны обусловливают разную степень поддержки возрастными группами реформ, ориентированных на процесс индивидуализации, развитие самостоятельности и снижение патернализма граждан, с одной стороны, и реформ, ориентированных на социальное выравнивание, с другой.

Рисунок П8-7. Необходимые условия проведения преобразований для разных возрастных групп

Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

Отношение к преобразованиям в зависимости от типа населенного пункта[40]

Анализ отношения к реформам населения в зависимости от типа населенного пункта вывил следующее:

- сельское население выступает группой поддержки реформ «сверху»;
- города-миллионники выступают основной группой поддержки реформ, связанных с гражданской активностью (введение партиципаторного бюджетирования).

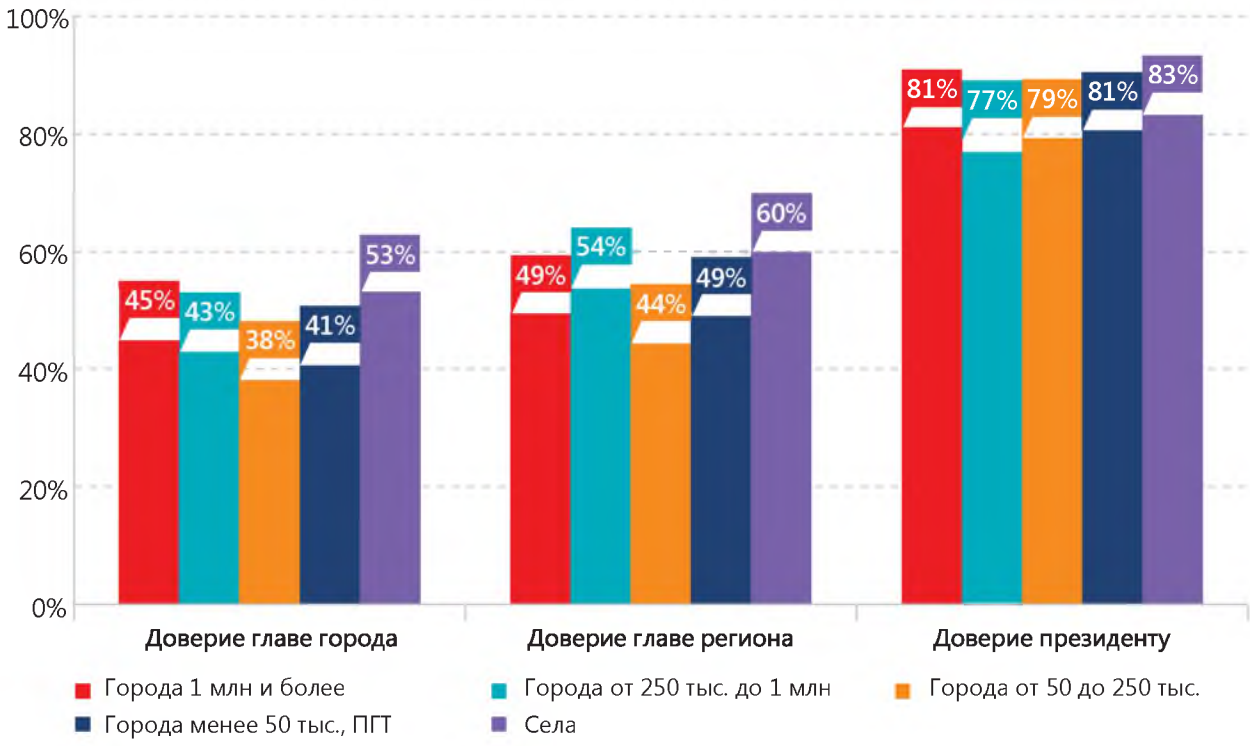
Сельское население характеризуется более высоким уровнем институционального доверия к местным, региональным и федеральным властям: 53% жителей сел доверяют главе района, 60% — главе региона и 83% — президенту (в среднем по всем группам главе города/района доверяют 44%, главе региона — 52%, президенту — 80%). При этом жители сельской местности чаще, чем жители других населенных пунктов, отмечают доверие команде реформаторов как условие, способное примирить их с неудобствами при проведении реформ: для 18% опрошенных в сельской местности доверие реформаторам оказалось важно при 13% в среднем по всем группам.

Жители сел чаще считают, что успеха можно достичь упорным трудом, а не удачей и связями. 41% респондентов в сельской местности уверены, что успех — результат труда, в городах-миллионниках так считают 22% респондентов. То, что успеха в жизни можно достичь благодаря удаче и связям, считают 19% опрошенных в селах, в крупных городах подобного мнения придерживаются 25%.

Основной группой поддержки реформ, направленных на использование гражданской активности, являются крупные города.

[40] Для анализа групп поддержки и групп критического отношения к реформам в исследуемой выборке (за исключением Москвы) было выделено пять категорий населения по типам населенного пункта: сельское население — 519 респондентов (28% выборки); население городов с числом жителей менее 50 тыс., ПГТ — 313 респондентов (17% выборки); население городов с числом жителей от 50 до 250 тыс. — 343 респондента (19% выборки); население городов с числом жителей от 250 тыс. до 1 млн — 387 респондентов (21% выборки); население городов с числом жителей 1 млн и более (за исключением Москвы) — 265 респондентов (15% выборки). Москва была исключена из анализа в силу наличия у нее значительных отличий от других представителей группы городов-миллионников, в частности, высокой численности населения, сосредоточения в ней крупных финансовых и миграционных потоков, а также более высокого уровня дохода у респондентов, чем в среднем по России.

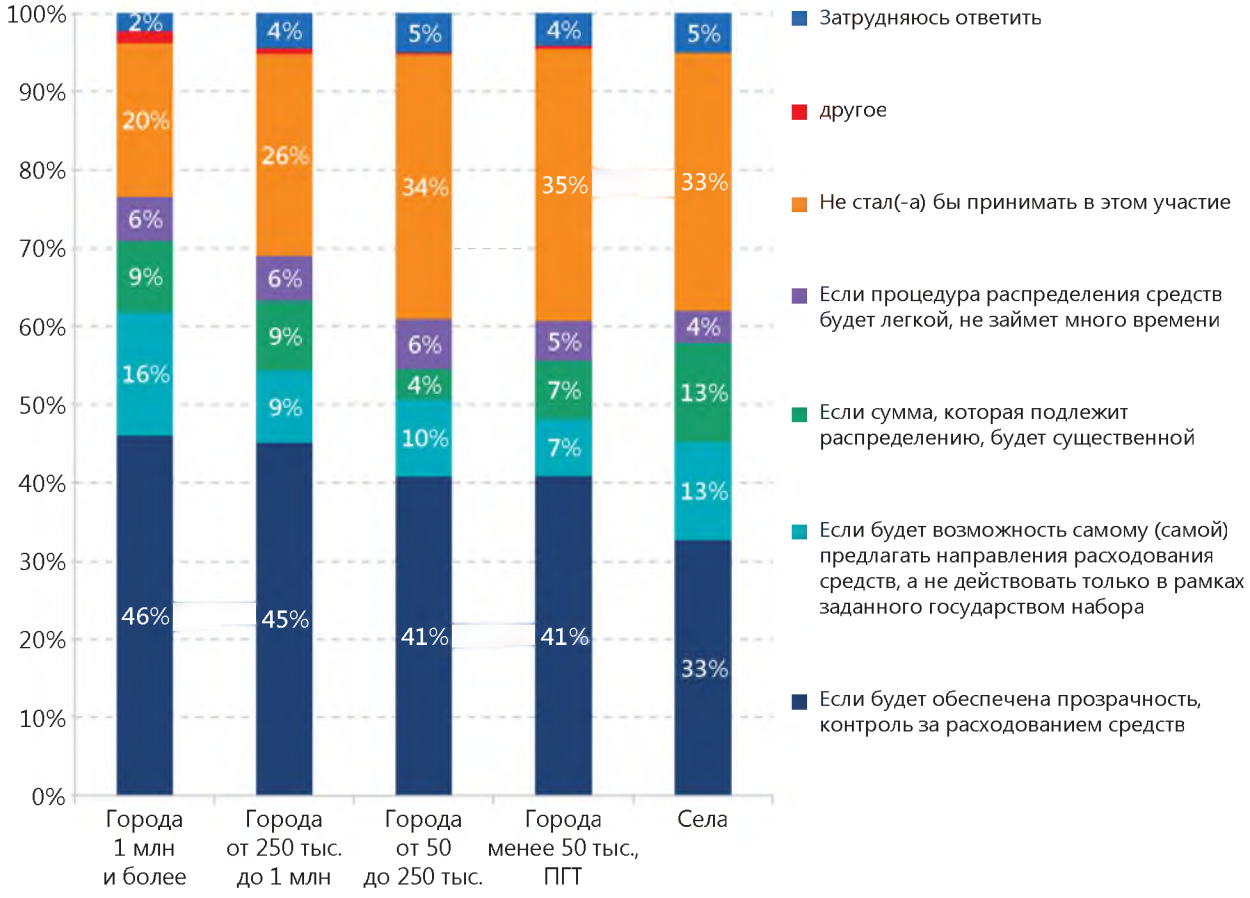
Рисунок П8-8. Институциональное доверие в группах по типу населенного пункта



Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

Таким образом, сельские территории оказываются группой поддержки реформ, инициированных «сверху». Жители крупных городов являются основной группой поддержки реформ, требующих гражданского участия.

Рисунок П8-9. Готовность участвовать в партиципаторном бюджетировании



Источник: по данным опроса «Мнения россиян о реформах»

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Акчурина, Д. Д., Давыдов Д. В., Вебер Ш., Крутиков Д. В., Хазанов А. А. (2015). Измерение разнообразия: теория и социально-экономические приложения. // Современная экономика: проблемы и решения. № 2.

Аузан, А. А., Архангельский, А. Н., Лунгин, П. С., Найшуль, В. А. (2011). Культурные факторы модернизации: доклад. СПб.: Фонд «Стратегия 2020». [kulturnye_faktory_modernizacii, 2011].

Бегельсдейк, Ш., Маселанд Р. (2016). Культура в экономической науке: история, методологические рассуждения и области практического применения в современности, М.: Издательство Института Гайдара.

Вебер, Ш. и др. (2013). Отчет о проводимом научном исследовании по направлению «Изучение разнообразия и социальных взаимодействий с фокусом на экономике и обществе России». Этап 1 (промежуточный). ЛИСОМО РЭШ. 228 стр.

Вебер, Ш. и др. (2014). Отчет о проводимом научном исследовании по направлению «Изучение разнообразия и социальных взаимодействий с фокусом на экономике и обществе России». Этап 2 (промежуточный). ЛИСОМО РЭШ. 87 стр.

Вебер, Ш., Давыдов Д.В. (2015). Экономика разнообразия: подходы, методы, результаты // Экономика и математические методы. № 4.

Грэхэм, Л. (2014). Сможет ли Россия конкурировать? История инноваций в царской, советской и современной России. — М.: Манн, Иванов и Фербер.

Дубицкая, В. (2015). Капитализм под копирку: Иллюзии эффективных менеджеров. — М.: Альпина Паблишер.

Инглхарт, Р. (1997). Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества. Полис, 4, 6-32.

Инглхарт, Р., Вельцель К. (2011). Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития, М.: Новое издательство.

Коалиции для будущего. Стратегии развития России (2007). Коллектив экономистов «СИГМА». — М.: ООО «Издательство «Промышленник России», 112 с.

Латов, Ю. В., Латова, Н. В., & Николаева, С. И. (2005). Повседневная теневая экономика и национальная экономическая ментальность в современной России: взаимосвязь индексов Г. Хофстеда и индикаторов теневой экономической деятельности. М.: Директмедиа Паблишинг.

Латова, Н. В., Эргенели, А., Латов, Ю. В., Темирбекова, Ж. (2006). Ментальность молодежи модернизирующихся стран как отражение изменений надконституционных правил институциональной среды (этнометрический подход на основе индексов Г. Хофстеда).

Лебедева, Н. М. (2013). Ценности культуры и отношение к инновациям. Исследование проведено при поддержке Научного фонда ГУ ВШЭ (№ проекта 07-01-140). *https://www.hse.ru/data/2010/03/26/1217636836/Lebedeva_CultValues&Innovations.pdf.*

Лебедева, Н. М., Татарко, А. Н. (2009). Культура как фактор общественного прогресса. — М.: ЗАО «Юстицинформ». — 408 с.

Марьясис, Д.А. (2016). Израиль. Модель догоняющего развития. Материалы семинара ЦСР.

Никитин, К. М. [при участии Щедриной А. М.] (2016). Налоговые технологии самоорганизации / Позитивная реинтеграция: Новый подход к государственному управлению в постсоветских экономиках. Под общ. ред. А. А. Аузана, К. Н. Келимбетова, М.: Альпина Паблишер.

Пансков, В.Г. (2011). Налоги и налогообложение: теория и практика: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 24.

Патнэм, Р. (1996). Чтобы демократия сработала: Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem.

Полтерович, В. М. (2007). Элементы теории реформ. М.: Экономика, 447.

Полтерович, В. М. (2016). Стратегии институциональных реформ, или Искусство реформ. Власть, (5), 146–150.

Полтерович, В. М. (2016). Институциональные реформы и гражданская культура. Историческая и социально-образовательная мысль, 8 (2-2).

Прозоровский, А. С. (2016). «Догоняющее» развитие и модернизаторский авторитаризм в Южной Корее. Материалы семинара ЦСР.

Свешникова, Ю. В. (2016). Политическая стабильность и модернизация в Малайзии в 1981–2003 гг. Материалы семинара ЦСР.

Стародубровская, И. В. (2015). Северный Кавказ: истоки нестабильности [Лекция, прочитанная в рамках цикла «Публичные лекции „Полит.ру“» 12 февраля 2015 года]. — Полит.ру http://polit.ru/article/2015/04/05/caucasus/

Тамбовцев, В. (2008). Основы институционального проектирования. Учебное пособие, М.: ИНФРА-М.

Хазанов, А. А. (2016). Нежесткие бюджетные ограничения и разнообразие населения в российских регионах. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. № 3. С. 125-131.

Харрисон, Л. (2014). Евреи, конфуцианцы и протестанты. Культурный капитал и конец мультикультурализма. М.: Мысль.

Шаститко, А. Е. (2010). Новая институциональная экономическая теория. 4-е изд. — М.:ТЕИС.

Ядов, В. А. (2002). Некоторые социологические основания для предвидения будущего российского общества. Россия реформирующаяся, (2), 349-363.

Acemoglu, D., Robinson, J.A., & Verdier, T. (2012). Can't We All Be More Like Scandinavians? Asymmetric growth and institutions in an interdependent world (No. w18441). National Bureau of Economic Research.

Aghion, P., Algan, Y., & Cahuc, P. (2007). Can Policy influence culture? Minimum wage and the Quality of Labor Relations. NBER Working Paper, (January), 1–55.

Aghion, P., Algan, Y., Cahuc, P., & Schleifer, A. (2010). Regulation and Distrust. Quarterly Journal of Economics, 125(3), 1015-1049.

Agostino, M.J.D. (2006). Social Capital : Lessons from a Service-Learning Program. Park University International Center For Civic Engagement, (August).

Akerlof, G.A., & Kranton, R.E. (2000). Economics and identity. Quarterly journal of Economics, pp. 715-753.

Alesina A., Harnoss J., Rapoport H. (2013). Birthplace Diversity and Economic Prosperity. NBER Working Paper Series: 18699.

Alesina, A., & Ferrara, E.L. (2005). Ethnic diversity and economic performance. Journal of economic literature, 43(3), 762-800.

Alesina, A., & Giuliano, P. (2013). Family ties (No. w18966). National Bureau of Economic Research.

Alesina, A., & Giuliano, P. (2015). Culture and institutions. Journal of Economic Literature, 53(4), 898-944.

Alesina, A., & La Ferrara, E. (2002). Who trusts others?. Journal of public economics, 85(2), 207-234.

Alesina, A., Baqir, R., & Easterly, W. (1999). Public Goods and Ethnic Divisions. Quarterly Journal of Economics, 1243-1284.

Alesina, A., Spolaore, E. and Wacziarg, R. (2000). Economic Integration and Political Disintegration, American Economic Review, 90.

Algan, Y., Cahuc, P., & Shleifer, A. (2013). Teaching practices and social capital. American Economic Journal: Applied Economics, 5(3), 189–210.

Annett, A. (2001). Social fractionalization, political instability, and the size of government. International Monetary Fund Staff Papers 48.3: 561-593.

Avvisati, F., Gurgand, M., Guyon, N., & Maurin, E. (2014). Getting parents involved: A field experiment in deprived schools. Review of Economic Studies, 81(1), 57–83.

Barro, R.J., & McCleary, R. (2003). Religion and economic growth (No. w9682). National Bureau of Economic Research.

Bauer, M., Cassar, A., & Chytilová, J. (2011). Warfare and social preferences in children. Discussion Paper, University of San Francisco.

Beblawi, H., & Luciani, G. (Eds.). (2015). The Rentier State. Routledge.

Bénabou, R., Tirole, J. (2006). Incentives and prosocial behavior. American Economic Review, 96(5), 1652–1678.

Berger, P.L., Hsiao, H.H.M. (1988). In Search Of An East Asian Development Model.

Beugelsdijk, S., & Van Schaik, T. (2001). Social capital and regional economic growth. Tilburg: Tilburg University.

Bisin, A., & Verdier, T. (2001). The Economics of Cultural Transmission and the Dynamics of Preferences. Journal of Economic Theory, 97(2), 298–319.

Bollinger, D. (1994). The four cornerstones and three pillars in the "House of Russia" management system. Journal of Management Development, 13(2), 49-54.

Bouckaert, G. (2007). Chapter 2. Cultural Characteristics from Public Management Reforms Worldwide. Cultural Aspects of Public Management Reform (Research in Public Policy Analysis and Management, Volume 16) Emerald Group Publishing Limited, 16, 29-64.

Bouckaert, G. (2015). Governance: a typology and some challenges. The International Handbook of Public Administration and Governance, 35.

Bouckaert, G., Van de Walle, S. (2003). Comparing measures of citizen trust and user satisfaction as indicators of 'good governance': difficulties in linking trust and satisfaction indicators. International Review of Administrative Sciences, 69(3), 329-343.

Campos, N. F., Saleh, A., & Kuzeyev, V. (2011). Dynamic ethnic fractionalization and economic growth. The Journal of International Trade & Economic Development, 20(2), 129-152.

Cantoni, D., & Yuchtman, N. (2014). Medieval universities, legal institutions, and the commercial revolution. The Quarterly Journal of Economics, 129(2), 823-887.

Chang, S.J. (2003). Financial crisis and transformation of Korean business groups: The rise and fall of chaebols. Cambridge university press.

Chen, K. (2013). The effect of language on economic behavior: Evidence from saving rates, health behaviors, and retirement assets, American Economic Review 103, 690-731.

Cipolla, C.M. (1972). The Diffusion of Innovations in Early Modern Europe / Comparative Studies in Society and History, 14 (1): 46–52.

Cohen, A., & Caspary, L. (2011). Individual values, organizational commitment, and participation in a change: Israeli teachers' approach to an optional educational reform. Journal of Business and Psychology, 26(3), 385-396.

Collier, P. (2001). Implications of ethnic diversity. Economic policy, 16(32), 128-166.

Cooke, P., & Wills, D. (1999). Small Firms, Social Capital and the Enhancement of Business

Performance Through Innovation Programmes. Small Business Economics, 13, 219–234.

Cripps, J. (2015). Celebrating European Diversity: Interpretations in Religion, Language, Culture, and Education. European integration, 21.

De Araujo, R.S. (2013). Pension system design Cultural determinants of civil-service pension scheme separation from the general scheme. Erasmus school of economics.

DeMello, L. (2004). Can fiscal decentralization strengthen social capital? Public Finance Review.

Desmet, K., Le Breton, M., Ortuno-Ortin, I., Weber, S. (2011). Break-up of Countries and Unions: Simple Theory and Quantitative Analysis, Journal of Economic Growth (16), 183-213.

Desmet, K., Ortuno-Ortin, I., Weber, S. (forthcoming). Peripheral Diversity: Transfers versus Public Goods, Social Choice and Welfare.

Devarajan, S., Raballand, G., & Le, T. M. (2011). Direct Redistribution, Taxation, and Accountability in Oil-Rich Economies: A Proposal. Center for Global Development working paper, (281).

Dias, N. (2014). Hope for Democracy: 25 Years of Participatory Budgeting Worldwide. Nelson Dias (org). *http://www.portugalparticipa.pt/upload_folder/table_data/4502b693-3a6c-46b6-95d8-a8705d6dde17/files/OP25Anos-EN-20maio2014.pdf*

Dohmen, T. et al. (2010). Are Risk Aversion and Impatience Related to Cognitive Ability? // The American Economic Review. Vol. 100. — №. 3. — С. 1238-1260.

Dollinger, S. J., Burke, P. A., & Gump, N. W. (2007). Creativity and values. Creativity Research Journal, 19(2-3), 91-103.

Dower, P.C., & Markevich, A. (2014). A history of resistance to privatization in Russia. Journal of Comparative Economics, 42(4), 855-873.

Dyck, J.J. (2009). Initiated distrust: Direct democracy and trust in government. American Politics Research, 37(4), 539-568.

Easterly, W., & Levine, R. (1997). Africa's growth tragedy: policies and ethnic divisions. The Quarterly Journal of Economics, 1203-1250.

Egri, C.P., & Ralston, D.A. (2004). Generation cohorts and personal values: A comparison of China and the United States. Organization Science, 15(2), 210-220.

Eklinder-Frick, J., Eriksson, L.T., & Hallén, L. (2012). Multidimensional Social Capital as a Boost or a

Bar to Innovation. In 28th Industrial Marketing and Purchasing Conference.

Fearon, J.D., & Laitin, D.D. (1996). Explaining interethnic cooperation. American political science review, 90(04), 715-735.

Fernandez, D.R., Carlson, D.S., Stepina, L. P., & Nicholson, J. D. (1997). Hofstede's country classification 25 years later. The Journal of social psychology, 137(1), 43-54.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. N.Y.: Basic Books.

Florida, R., Gates, G. (2001). Technology and tolerance: The importance of diversity to High-Tech Growth. Research in Urban Policy 9:199-219 • December 2003.

Freytag, A., & Renaud, S. (2007). From short-term to long-term orientation – political economy of the policy reform process. Journal of Evolutionary Economics, 17(4), 433-449.

Fujita, M., & Weber, S. (2010). Immigration quotas in the globalized economy. Journal of the New Economic Association, 7, 10-23.

Gadenne, L. (2013). Tax me, but spend wisely: sources of public finance and government accountability. Work. Pap., Univ. Coll. London.

Gehlbach, S. (2008). Representation through Taxation. New York: Cambridge University Press.

Gemmell, N., Morrissey, O., & Pinar, A. (1998). Taxation, Fiscal Illusion and the Demand for Government Expenditures in the UK: a Time-Series Analysis. Univ., Department of Economics.

Ghemawat, P. (2001). Distance still matters. Harvard business review, 79(8), 137-147.

Ginsburgh, V., & Weber, S. (2011). How many languages do we need?: The economics of linguistic diversity. Princeton University Press.

Gittell, R., & Vidal, A. (1998). Community organizing: Building social capital as a development strategy. Sage publications.

Giuliano, P., & Spilimbergo, A. (2014). Growing up in a Recession. The Review of Economic Studies, 81(2), 787-817.

Goldstone, J. A. (1987). Cultural orthodoxy, risk, and innovation: the divergence of East and West in the early modern world. Sociological Theory, 5(2), 119-135.

Gorodnichenko, Y., Roland, G. (2011). Which dimensions of culture matter for long-run growth?

The American Economic Review, 101(3), 492-498. (b)

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. The strength of weak ties.

Greif, A. (1993). Contract enforceability and economic institutions in early trade: The Maghribi traders' coalition. The American economic review, 525-548.

Grosfeld, I., Rodnyansky, A., & Zhuravskaya, E. (2013). Persistent antimarket culture: a legacy of the pale of settlement after the holocaust. American economic journal: economic policy, 5(3), 189-226.

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). Does culture affect economic outcome. Journal of economic prospective, Vol. 20, N.2.

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2013). Long term persistence. IEF Working Paper N.23/13.

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2004). The role of social capital in financial development. The American Economic Review, 94(3), 526-556.

Halpern, D. (2005). Social capital (First Edit). Cambridge: Polity Press.

Hempel, P.S. (1998). Designing multinational benefits programs: The role of national culture. Journal of World Business, 33(3), 277-294.

Herb, M. (2005). No representation without taxation? Rents, development, and democracy. Comparative Politics, 297-316.

Herbig, P.A., & Miller, J.C. (1993). Culture and technology: Does the traffic move in both directions?. Journal of Global Marketing, 6(3), 75-104.

Hitt, M.A., Lee, H.U., & Yucel, E. (2002). The importance of social capital to the management of multinational enterprises: Relational networks among Asian and Western firms. Asia Pacific Journal of Management, 19(2-3), 353-372.

Hoffman, B.D., & Gibson, C.C. (2005). Fiscal governance and public services: evidence from Tanzania and Zambia. San Diego: Department of Political Science, University of California, San Diego.

Hofstede, G., & Minkov, M. (2013). VSM 2013. Values survey module *http://geerthofstede.com/wp-content/uploads/2016/07/Manual-VSM-2013.pdf*

Hofstede, G. (1984). Culture's consequences: International differences in work-related values (Vol.

5). Sage.

Hofstede, G. (2001). Culture's Consequenses: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations, 2nd ed., Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (1991). Cultures and organizations: Software of the mind (Vol. 2). London: McGraw-Hill.

Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (2010). Cultures and organizations: Software of the mind. Revised and expanded. McGraw-Hill, New York.

Jennings, M.K., & Stoker, L. (2004). Social trust and civic engagement across time and generations. Acta politica, 39(4), 342-379.

Kaasa, A., Vadi, M. (2008). How Does Culture Contribute To Innovation? Evidence from European Countries / Tartu University Press.

Kalvet, T. (2012). Innovation: a factor explaining E-Government success in Estonia. Electronic Government, an International Journal, 9(2), 142-157.

Kampen, J.K., De Walle, S.V., & Bouckaert, G. (2006). Assessing the relation between satisfaction with public service delivery and trust in Government. The impact of the predisposition of citizens toward Government on evaluations of its performance. Public Performance & Management Review, 29(4), 387-404.

Kitsing, M. (2011). Success Without Strategy: E-Government Development in Estonia. Policy & Internet 3.1: 1-21.

Knack, S., & Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. The Quarterly journal of economics, 1251-1288.

Kuijs, L. (2005). The Impact of Ethnic Heterogeneity on the Quantity and Quality of Public Spending. No 00/49, IMF Working Papers from International Monetary Fund.

La Ferrara, E. (2003). Kin groups and reciprocity: A model of credit transactions in Ghana. The American Economic Review, 93(5), 1730-1751.

Levi, M. (1998). A state of trust. Trust and governance, 1, 77-101.

Leyden, K.M. (2003). Social Capital and the Built Environment: The Importance of Walkable Neighborhoods. American Journal of Public Health, 93(9), 1546–1551.

Lian, B., & Oneal, J. R. (1997). Cultural Diversity and Economic Development: A Cross-National Study of 98 Countries, 1960–1985. Economic Development and Cultural Change, 46(1), 61-77.

Licht, A.N., Goldschmidt, C., & Schwartz, S.H. (2007). Culture rules: The foundations of the rule of law and other norms of governance. Journal of comparative economics, 35(4), 659-688.

Limonov, L., & Nesena, M. (2016). Regional cultural diversity in Russia: does it matter for regional economic performance?. Area Development and Policy, 1(1), 63-93.

Mani, A. et al. (2013). Poverty Impedes Cognitive Function. Science. Vol. 341. №. 6149. 976-980.

Mauro, P. (1995). Corruption and Growth, Quarterly Journal of Economics, 110, 681-712.

Meltzer, A.H., & Richard, S.F. (1981). A rational theory of the size of government. The Journal of Political Economy, 914-927.

Minkov, M. (2011). Cultural differences in a globalizing world. Emerald Group Publishing.

Moore, M. (2008). Between coercion and contract: competing narratives on taxation and governance. Taxation and state-building in developing countries, 34-63.

Naumov, A., & Puffer, S. (2000). Measuring Russian culture using Hofstede's dimensions. Applied psychology, 49(4), 709-718.

North, D.C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge university press.

Osang T., Weber S. (2016). Immigration Policies, Labor Complementarities, Population Size and Cultural Frictions: Theory and Evidence, International Journal of Economic Theory, forthcoming.

Ottaviano, G.I., & Peri, G. (2006). The economic value of cultural diversity: evidence from US cities. Journal of Economic geography, 6(1), 9-44.

Parent, M., Vandebeek, C.A., & Gemino, A. C. (2005). Building citizen trust through e-government. Government Information Quarterly, 22(4), 720-736.

Park People. (2017). Sparking Change: Catalyzing the Social Impacts of Parks in Underserved Neighbourhoods. Toronto. http://parkpeople.ca/sparkingchange/

Park, C.M., & Chull Shin, D. (2006). Popular support for democracy and its institutions in Korea: the dynamics and sources of regime support and institutional trust. International Review of Sociology—Revue Internationale de Sociologie, 16(3), 665-681.

Prichard, W. (2010). Taxation and state building: Towards a governance focused tax reform agenda. IDS Working Papers, 2010(341), 1-55.

Putnam, R.D. (1995). Bowling alone: America´s declining social capital. Journal of Democracy, 6, 65–78.

Putnam, R.D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In Culture and Politics (pp. 223-234). Palgrave Macmillan US.

Pyle, W., & Solanko, L. (2013). The composition and interests of Russia's business lobbies: Testing Olson's hypothesis of the "encompassing organization." Public Choice, 155(1–2), 19–41.

Ravallion, M. (2012). Why don't we see poverty convergence? American Economic Review.

Rohner, D., Thoenig, M., & Zilibotti, F. (2013). Seeds of distrust: Conflict in Uganda. Journal of Economic Growth, 18(3), 217-252.

Ross, M.L. (2001). Does oil hinder democracy?. World politics, 53(3), 325-361.

Ruef, M. (2002). Strong ties, weak ties and islands: structural and cultural predictors of organizational innovation. Industrial and Corporate Change, 11(3), 427-449.

Sapir, E. (1949). Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture, and Personality, Berkley, CA: University of California Press.

Saxenian, A.L. (1999). Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs. San Francisco: Public Policy Institute of California.

Schwartz, S.H., Caprara, G. V., & Vecchione, M. (2010). Basic personal values, core political values, and voting: A longitudinal analysis. Political Psychology, 31(3), 421-452.

Schwartz, S.H., Verkasalo, M., Antonovsky, A., & Sagiv, L. (1997). Value priorities and social desirability: Much substance, some style. British journal of social psychology, 36(1), 3-18.

Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. Journal of Business Venturing, 8(1), 59-73.

Shane, S. (1995). Uncertainty avoidance and the preference for innovation championing roles. Journal of International Business Studies, 26(1), 47-68.

Shane, S.A. (1992). Why do some societies invent more than others?. Journal of Business Venturing, 7(1), 29-46.

Stevenson, B., & Wolfers, J. (2011). Trust in public institutions over the business cycle. The American Economic Review, 101(3), 281-287.

Tabellini, G. (2010). Culture and institutions: economic development in the regions of Europe. Journal of the European Economic Association, 8(4), 677-716.

Tadesse, B., & White, R. (2010). Does cultural distance hinder trade in goods? A comparative study of nine OECD member nations. Open Economies Review, 21(2), 237-261.

Tajfel, H., Billig, M., Bundy, R.P., and Flament, C. (1971). Social Categorization and Intergroup Behavior, European Journal of Social Psychology, 1, 149-178.

Tang, L. (2012). The direction of cultural distance on FDI: attractiveness or incongruity?. Cross Cultural Management: An International Journal, 19(2), 233-256.

Todd, E. (1985). The explanation of ideology: Family structures and social systems. Oxford: Blackwell

Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2011). Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business. Nicholas Brealey Publishing.

Tura, T., & Harmaakorpi, V. (2005). Social capital in building regional innovative capability. Regional Studies, 39(8), 1111-1125.

Van der Lecq, F., Rivera-Rozo, J., & Steenbeek, O. (2011). Cultural determinants of pension supervision and regulation.

Varsakelis, N.C. (2001). The impact of patent protection, economy openness and national culture on R&D investment: a cross-country empirical investigation. Research policy, 30(7), 1059-1068.

Voigtlander, N., & Voth, H.J. (2012). Persecution perpetuated: the medieval origins of anti-Semitic violence in Nazi Germany. Quarterly Journal of Economics, 127(3), 1339-1392.

Waarts, E., & Van Everdingen, Y. (2005). The Influence of National Culture on the Adoption Status of Innovations: An Empirical Study of Firms Across Europe. European Management Journal, 23(6), 601-610.

Welch, E.W., Hinnant, C.C., & Moon, M.J. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. Journal of public administration research and theory, 15(3), 371-391.

Whitt, S., & Wilson, R.K. (2007). The dictator game, fairness and ethnicity in postwar Bosnia. American Journal of Political Science, 51(3), 655-668.

Whorf, B. (1956). Language, Thought and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf, Cambridge, MA: MIT Press.

Williams, L.K. & McGuire, S.J.J. (2005). Effects of National Culture on Economic Creativity and Innovation Implementation. The Institution of Market Exchange 2005. Conference proceedings, Barcelona, International Society for the New Institutional Economics.

Wood, L., Shannon, T., Bulsara, M., Pikora, T., McCormack, G., & Giles-Corti, B. (2008). The anatomy of the safe and social suburb: An exploratory study of the built environment, social capital and residents' perceptions of safety. Health and Place, 14(1), 15–31.

Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. The world bank research observer, 15(2), 225-249.

Yamamura, J. H., Satoh, M., & Stedham, Y. (2003). Changing Dimensions of National Culture in Japan: Applying the Hofstede Framework.

Yang, P. (2007). Government behavior and trust: The case of China. Cato J., 27, 359.

Yesuf, M., & Bluffstone, R.A. (2009). Poverty, risk aversion, and path dependence in low-income countries: Experimental evidence from Ethiopia. American Journal of Agricultural Economics, 91(4), 1022-1037.

Zhao, F. (2013). An empirical study of cultural dimensions and e-government development: implications of the findings and strategies.

World Value Survey (2011) *http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp*

АНО «Левада-Центр»: *http://www.levada.ru/*

Большецильнинское сельское поселение: *http://bcel-drogganoe.tatarstan.ru/*

Ведомости *https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/03/31/683528-aktivnee-protestovali*

Евробарометр в России *http://www.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra/*

Институт проблем правоприменения: *http://enforce.spb.ru/*

Информационное агентство «Татар-информ»: *http://www.tatar-inform.ru/*

Комитет гражданских инициатив: https://komitetgi.ru/

Коммерсантъ: http://kommersant.ru/

Научно-исследовательский финансовый институт: http://www.nifi.ru/

Открытое правительство: http://open.gov.ru/

РБК: http://www.rbc.ru/

Российская газета: https://rg.ru/

Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/

Федеральное казначейство: http://www.roskazna.ru/

ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
РАЗРАБОТОК

125009, Москва, ул. Воздвиженка, дом 10
тел.: (495) 725 78 06, 725 78 50
e-mail: info@csr.ru
web: csr.ru

Приложение 6

Утверждено
решением наблюдательного совета
АНО «Агентство стратегических
инициатив по продвижению
новых проектов»
от 3 мая 2012 г.

протокол № 2

СТАНДАРТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕГИОНЕ

Москва 2012 год

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

СТРАТЕГИЯ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ОБЛАСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА 5

1. УТВЕРЖДЕНИЕ ВЫСШИМИ ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕГИОНА 5

2. ФОРМИРОВАНИЕ И ЕЖЕГОДНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ ПЛАНА СОЗДАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ И ОБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РЕГИОНЕ 9

3. ЕЖЕГОДНОЕ ПОСЛАНИЕ ВЫСШЕГО ДОЛЖНОСТНОГО ЛИЦА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» 11

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 12

4. ПРИНЯТИЕ НОРМАТИВНОГО ПРАВОВОГО АКТА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О ЗАЩИТЕ ПРАВ ИНВЕСТОРОВ И МЕХАНИЗМАХ ПОДДЕРЖКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 12

5. НАЛИЧИЕ СОВЕТА ПО УЛУЧШЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА 13

6. НАЛИЧИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ И РАБОТЕ С ИНВЕСТОРАМИ 15

7. НАЛИЧИЕ ДОСТУПНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И ИНЫХ ОБЪЕКТОВ ИНВЕСТОРОВ (ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАРКОВ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРКОВ) 16

8. НАЛИЧИЕ МЕХАНИЗМОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ, СООТВЕТСТВУЮЩИМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕГИОНА И ПОТРЕБНОСТЯМ ИНВЕСТОРОВ 16

9. СОЗДАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ДВУЯЗЫЧНОГО ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 17

10. НАЛИЧИЕ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЕДИНОГО РЕГЛАМЕНТА СОПРОВОЖДЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПО ПРИНЦИПУ «ОДНОГО ОКНА» 18

ГАРАНТИИ ИНВЕСТОРАМ 20

11. ПРИНЯТИЕ ВЫСШИМ ДОЛЖНОСТНЫМ ЛИЦОМ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕКЛАРАЦИИ РЕГИОНА 20

12. ПРИНЯТИЕ НОРМАТИВНОГО АКТА, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩЕГО ПРОЦЕДУРУ ОЦЕНКИ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРИНЯТЫХ И ПРИНИМАЕМЫХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ АКТОВ, ЗАТРАГИВАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 21

13. НАЛИЧИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ, ПОВЫШЕНИЯ И ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРОФИЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ И РАБОТЕ С ИНВЕСТОРАМИ 23

14. ВКЛЮЧЕНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ В СОСТАВ ОРГАНА ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РФ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТАРИФОВ – РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ КОМИССИИ (РЭК) И СОЗДАНИЕ КОЛЛЕГИАЛЬНОГО СОВЕЩАТЕЛЬНОГО ОРГАНА ПРИ РЭК, ВКЛЮЧАЮЩЕГО ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДЕЛОВОГО СООБЩЕСТВА 24

15. НАЛИЧИЕ КАНАЛА (КАНАЛОВ) ПРЯМОЙ СВЯЗИ ИНВЕСТОРОВ И РУКОВОДСТВА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЛЯ ОПЕРАТИВНОГО РЕШЕНИЯ ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОБЛЕМ И ВОПРОСОВ 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 26

ВВЕДЕНИЕ

Статистические показатели и опросы предпринимателей демонстрируют, что инвестиционный климат в регионах России в целом неблагоприятен, однако существенно отличается от региона к региону. Эта неравномерность показывает, что не только федеральные законодатели и правоприменители, но и руководители регионов несут ответственность за инвестиционный климат, и что опыт регионов-лидеров мог бы помочь развитию менее успешных регионов.

Однако, благодаря чему именно успешные регионы становятся успешными, по большей части не очевидно. То, что делают наиболее успешные регионы, как правило, делают также и менее успешные. Анализ Агентства стратегических инициатив показал, что успех от неуспеха отделяет не то, что делает регион, а как он это делает, т.е. ноу-хау.

Подготовленный Агентством стратегических инициатив в партнерстве с общероссийской общественной организацией «Деловая Россия» «Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе» (далее – Стандарт) является попыткой описать это ноу-хау, опираясь на реально действующие в российских регионах практики при учете мнения предпринимательского сообщества. Особенно значимое влияние на содержание Стандарта оказали меры, которые были приняты для обеспечения благоприятного инвестиционного климата руководством Республики Татарстан, Калужской области, Липецкой области, Свердловской области, Ульяновской области и Пермского края.

Отличительная особенность Стандарта – то, что он задуман как «обновляемый» и «пополняемый»: содержащиеся в нем требования будут периодически корректироваться с учетом результатов их применения. В частности, первая версия Стандарта была апробирована в конце 2011 –

начале 2012 г. в указанных шести субъектах РФ и при необходимости скорректирована.

Указанные в Стандарте требования являются при надлежащей реализации минимально достаточными и будут способствовать улучшению инвестиционного климата в российских регионах.

Настоящий Стандарт описывает нормативные и иные документы и организационные решения, которые должны быть приняты в субъекте Российской Федерации, и дает рекомендации к их содержанию.

СТРАТЕГИЯ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ОБЛАСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА

1. УТВЕРЖДЕНИЕ ВЫСШИМИ ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕГИОНА

1. В субъекте Российской Федерации должна быть разработана, утверждена и принята к исполнению Инвестиционная стратегия (Стратегия).

2. Инвестиционная стратегия должна определять инвестиционные приоритеты региона: территории, отрасли, технологии опережающего развития, осваиваемые виды продукции, работ и услуг, планируемые к реализации проекты.

3. Инвестиционная стратегия должна описывать взаимосвязанные по целям, задачам, срокам осуществления и ресурсам целевые программы, отдельные проекты и мероприятия, обеспечивающие рост инвестиций в субъекте Российской Федерации.

4. Проект Инвестиционной стратегии должен выноситься на публичное обсуждение. Инвестиционная стратегия может утверждаться законодательным органом субъекта Российской Федерации или высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации. Инвестиционная стратегия может приниматься в виде отдельного документа либо в виде

раздела более общего документа, описывающего стратегию регионального развития, и утверждаться в порядке, предусмотренном общим документом.

5. Стратегия должна содержать:

- Параметры разработки Инвестиционной стратегии:
  - рамки Стратегии – затрагиваемые ею аспекты совершенствования нормативной базы и правоприменения, а также направления развития территории;
  - временной горизонт стратегического планирования – период времени, на который составляется Стратегия.
- Исходные посылки формирования Стратегии:
  - оценка стратегически значимых количественных и качественных характеристик экономики региона на момент принятия Стратегии, доступных ресурсов ее развития (кадровые, инфраструктурные, производственные, информационные, рекреационные и другие), а также прогнозный сценарий развития российской и мировой экономики Министерства экономического развития Российской Федерации, исходя из которого осуществляется стратегическое планирование;
  - видение текущих конкурентных преимуществ и слабых сторон региона (относительно других регионов) с точки зрения инвестиционной привлекательности.
- Видение результата реализации Стратегии.
- Структура целей, на достижение которых направлена Стратегия. Цели должны быть достижимы, четко сформулированы и измеримы. Под измеримостью цели подразумевается возможность установления целевых показателей, отражающих степень ее достижения. Эти показатели и правила их расчета также должны быть приведены в Стратегии для каждой из целей.

- План мероприятий, направленных на достижение целей Стратегии – в этом разделе перечисляются государственные региональные программы и проекты, законодательные инициативы, структурные реформы и прочие мероприятия, выполнение которых позволит реализовать поставленные цели.
- Общие принципы сотрудничества органов государственной власти Субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в области улучшения инвестиционного климата региона.
- В Стратегии необходимо привести для каждого из мероприятий такие сведения, как:
  - цели Стратегии, достижению которых напрямую способствует мера;
  - описание сути мероприятия, а также его ожидаемого результата (в т.ч. и финансового);
  - укрупненный план-график реализации мероприятия;
  - оценка ресурсов, требующихся для реализации (в т.ч. и трудовых);
  - оценка стоимости реализации и возможных последующих затрат1;
  - источники финансирования;
  - критерии успеха применения мероприятия, предполагающие возможность количественной оценки;
  - структура и конкретное лицо, ответственные за реализацию мероприятия.
- График точек планового контроля исполнения Стратегии.
- График периодов обязательного пересмотра Инвестиционной стратегии2.

---

[1] Например, стоимость строительства автомагистрали и ежегодную стоимость ремонта.
[2] Не реже одного раза в год.

- Оценка объема бюджетного финансирования, направленного на реализацию Стратегии.

6. Требования к процессам разработки, изменения и утверждения Инвестиционной стратегии:

- Разработка Инвестиционной стратегии и ее изменение должны вестись публично. К публичному обсуждению Стратегии привлекаются эксперты, предприниматели и инвесторы. Помимо проведения стратегических сессий, консультаций, совещаний рабочих групп должно вестись открытое публичное обсуждение разрабатываемой Стратегии в электронных СМИ (в том числе на сайте, посвященном инвестиционной деятельности региона3).
- К разработке проекта Стратегии следует привлекать специализированные организации, уже имеющие успешный опыт выполнения подобных проектов в России или за рубежом.
- Внесению изменений и дополнений в Инвестиционную стратегию также должно предшествовать публичное обсуждение таких изменений.
- Изменения и дополнения к Инвестиционной стратегии должны утверждаться в том же порядке, какой предусмотрен для утверждения самой Инвестиционной стратегии.

7. Требования к реализации Инвестиционной стратегии. При реализации Инвестиционной стратегии должны быть:

- Установлены структура и периодичность отчетности о реализации мер, значениях целевых показателей и их соответствии плановым значениям.
- Установлена личная ответственность руководителей за реализацию конкретных мер и достижение целевых значений плановых показателей.

[3] Структура подобного сайта описывается ниже.

- Обеспечен учет достижения плановых показателей при оценке деятельности руководителей и разработке программ мотивации.
- Разработаны и утверждены регламенты контроля исполнения и пересмотра Инвестиционной стратегии.
- Обеспечена регулярная публикация отчетов по результатам достижения плановых значений ключевых показателей, реализации ключевых мер, оценка соблюдения заранее заданных критериев успеха.
- Разработана и принята Программа финансирования мероприятий по реализации Инвестиционной стратегии, включая финансирование механизмов и мер поддержки инвестиционных проектов и развития кадрового потенциала. В данной Программе:
  - аккумулируются данные о размерах финансовых средств, выделяемых бюджетом субъекта Российской Федерации по всем формам поддержки инвестиций, а также часть программы капитальных вложений, ориентированная на создание условий для реализации инвестиционных проектов;
  - содержатся планы поступлений и расходов денежных средств, определены источники финансирования;
  - определены полномочия должностных лиц органов власти субъектов Российской Федерации в финансировании и расходовании средств, установлен порядок корректировок при отклонениях в поступлении и расходовании денежных средств.

2. ФОРМИРОВАНИЕ И ЕЖЕГОДНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ ПЛАНА СОЗДАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ И ОБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РЕГИОНЕ

1. В субъекте Российской Федерации должен ежегодно формироваться План создания инвестиционных объектов и необходимой транспортной, энергетической, социальной, инженерной, коммунальной и

телекоммуникационной инфраструктуры региона (далее – План). План представляет собой свод всех ключевых объектов инфраструктуры, строительство и реконструкция которых зафиксированы в действующих планах и программах Российской Федерации на территории соответствующего региона, субъекта Российской Федерации и муниципальных образований, в том числе на условиях государственно-частного партнерства, инвестиционных программах субъектов естественных монополий и хозяйствующих субъектов с государственным участием. При этом в отношении каждого объекта должны быть указаны имеющиеся у органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации сведения об источниках (в том числе бюджетные ассигнования Инвестиционного фонда Российской федерации и региональных инвестиционных фондов) и размере финансирования (или указание на отсутствие подтверждения в финансировании), планируемые сроки сдачи и фактическое состояние (этап подготовки или исполнения). В Плане также должны быть указаны планируемые к строительству (реконструкции) инвестиционные объекты с указанием требуемых мощностей потребления энергетических ресурсов.

2. План должен публиковаться в наглядной форме с указанием планируемых объектов на карте региона, сроков их создания (строительства). Принятые проекты развития (девелопмента) территории включаются в План. План публикуется на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации.

3. В субъекте Российской Федерации должна существовать формализованная процедура рассмотрения вопросов развития (девелопмента) территории, включая создание индустриальных парков и технопарков.

Эта процедура основывается на следующих принципах:

- принцип оценки разумности и экономической эффективности проектов комплексного развития территорий;

- принцип конкурсной поддержки государством проектов комплексного развития территорий;
- принцип публичного обсуждения и учета интересов различных социальных групп;
- принцип софинансирования расходов на реализацию проектов развития территорий органами местного самоуправления, субъектами Российской Федерации и бизнесом;
- принцип взаимообязанности при реализации подобных проектов, когда государство и бизнес в соответствии с нормативно-правовой базой и договорами должны иметь четко прописанные права и обязанности;
- принцип синхронизации с инвестиционными программами субъектов естественных монополий и планами развития инфраструктуры хозяйствующих субъектов всех форм собственности;

4. План должен соответствовать Инвестиционной стратегии региона.

3. ЕЖЕГОДНОЕ ПОСЛАНИЕ ВЫСШЕГО ДОЛЖНОСТНОГО ЛИЦА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

1. Высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации должно ежегодно обращаться к членам законодательных и исполнительных органов субъекта Российской Федерации с посланием об инвестиционном климате в субъекте Российской Федерации.

2. В послании должны отражаться результаты реализации Инвестиционной стратегии, определяются основные направления и приоритеты инвестиционной политики субъекта Российской Федерации, и сообщается о ключевых мерах, которые необходимо реализовать в следующем году в целях привлечения инвестиций и улучшения условий ведения бизнеса в регионе.

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

4. ПРИНЯТИЕ НОРМАТИВНОГО ПРАВОВОГО АКТА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О ЗАЩИТЕ ПРАВ ИНВЕСТОРОВ И МЕХАНИЗМАХ ПОДДЕРЖКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. В субъекте Российской Федерации должен быть принят нормативный правовой акт, устанавливающий:

- основные способы защиты прав инвесторов;
- гарантии неухудшения положения инвесторов в пределах компетенции субъекта Российской Федерации на период реализации инвестиционной стратегии;
- гарантии не злоупотребления правом со стороны исполнительных органов власти субъекта Российской Федерации;
- порядок обращения инвесторов за защитой и помощью;
- добровольные ограничения прав органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации, допускаемые действующим законодательством в рамках правоприменительной деятельности;
- применяющиеся в субъекте Российской Федерации формы налоговой и финансовой поддержки инвестиций (для каждой из таких мер должны быть описаны порядок и условия применения), включая четкие критерии и процедуры для их получения.

2. Указанные нормы могут содержаться в разных нормативных правовых актах субъекта Российской Федерации прямого действия (например, регулирующие вопросы налоговой политики в отношении конкретных видов инвестиций, порядка заключения договоров с субъектáми предпринимательской и инвестиционной деятельности и др.). В таком случае информация о таких нормативных правовых актах должна быть в доступной,

логически связанной форме изложена на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации.

5. НАЛИЧИЕ СОВЕТА ПО УЛУЧШЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА

1. В субъекте Российской Федерации должен функционировать на регулярной основе Совет по улучшению инвестиционного климата. Совет – общественный совещательный координационный орган. Наименование Совета определяется субъектом Российской Федерации.

2. В компетенцию и функции Совета должны входить:

- выработка рекомендаций по организации взаимодействия органов исполнительной власти региона и лиц, участвующих в инвестиционном процессе;
- выработка рекомендаций по уменьшению административных барьеров, в том числе в части сокращения сроков и упрощения процедуры выдачи разрешительной документации;
- разработка предложений по приоритетным направлениям развития региона и координация финансовых и инвестиционных ресурсов на наиболее важных направлениях;
- рассмотрение проекта Инвестиционной стратегии региона. Анализ хода и результатов реализации Инвестиционной стратегии субъекта Российской Федерации, подготовка и рассмотрение предложений по ее корректировке;
- оказание содействия в создании необходимых условий для рационального размещения производительных сил на территории субъекта Российской Федерации;
- выработка рекомендаций по государственной поддержке инвестиционных процессов и стимулированию инвестиционной активности на территории региона;

- разработка единых требований к основным критериям инвестиционных проектов, поддерживаемых за счет средств бюджета субъекта Российской Федерации;
- рассмотрение результатов реализации инвестиционных проектов, включая несостоявшиеся и неуспешные, анализ причин неудач в реализации;
- одобрение проекта Плана создания инвестиционных объектов и объектов необходимой транспортной, энергетической, социальной и другой инфраструктуры региона, а также прозрачного регламента его корректировки с учетом потребностей инвестиционных проектов;
- рассмотрение регулярных отчетов органа, уполномоченного на проведение оценки регулирующего воздействия.

3. К компетенции Совета могут быть отнесены иные полномочия.

4. Совет возглавляет высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации.

5. В состав Совета входят представители органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации, территориальных подразделений федеральных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, инвесторов, общественных объединений предпринимателей и эксперты.

6. Положение о Совете, включая порядок его формирования, утверждается высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации.

7. Совет собирается на заседания регулярно, не реже одного раза в два месяца.

8. Заседания Совета проводятся публично и открыто. Обеспечена возможность личного участия в заседании инвесторов, не являющихся членами Совета. Осуществляется онлайн-трансляция заседаний в сети Интернет.

Для обеспечения работы Совета должен быть определен специальный исполнительный орган. Функции такого органа могут быть возложены на

специализированную организацию по привлечению инвестиций и работе с инвесторами.

6. НАЛИЧИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ И РАБОТЕ С ИНВЕСТОРАМИ

1. В субъекте Российской Федерации должна функционировать на регулярной основе специализированная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами.

2. Основными функциями специализированной организации являются:

- обеспечение режима «одного окна» для инвесторов при взаимодействии с органами исполнительной власти;
- содействие созданию проектных команд по поддержке и реализации конкретных инвестиционных проектов «под ключ»;
- продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы);
- обеспечение взаимодействия с инвестиционными и венчурными фондами, банками, иностранными государственными инвестиционными агентствами, специализированными финансовыми организациями, российскими и международными институтами развития с целью использования их потенциала и возможностей по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона;
- представление интересов субъекта Российской Федерации в проектах государственно-частного партнерства.

3. Учредителями выступают органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Наблюдательный совет (совет директоров) специализированной организации возглавляется высшее должностным лицом субъекта Российской Федерации.

4. Для специализированной организации должны быть установлены показатели эффективности ее работы и работы ее сотрудников. Например,

показателями эффективности могут быть объем привлеченных инвестиций, количество созданных высокопроизводительных рабочих мест. Также может быть установлена зависимость мер стимулирования сотрудников от степени выполнения данных показателей.

7. НАЛИЧИЕ ДОСТУПНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И ИНЫХ ОБЪЕКТОВ ИНВЕСТОРОВ (ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАРКОВ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРКОВ)

1. В субъекте Российской Федерации должно существовать не менее одного объекта одного из следующих типов:

- Промышленная площадка (предназначенная для размещения производственных мощностей территория, обеспеченная необходимой транспортной, энергетической, инженерной и иной инфраструктурой);
- Промышленный парк;
- Технологический парк;
- Бизнес-инкубатор;
- Центр кластерного развития (центр коллективного пользования, центр прототипирования).

Определения указанных в настоящем пункте объектов установлены в Приказе Министерства экономического развития Российской Федерации № 227 от 20 мая 2011 года.

8. НАЛИЧИЕ МЕХАНИЗМОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ, СООТВЕТСТВУЮЩИМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕГИОНА И ПОТРЕБНОСТЯМ ИНВЕСТОРОВ

1. Наличие Прогноза потребностей регионального рынка труда в специалистах различных направлений на срок не менее 7 лет, основанного на

изучении потребностей инвесторов (в том числе опросы) и прогноза социально-экономического развития региона.

2. Наличие регламента разработки Прогноза. Регламент предусматривает, что Прогноз разрабатывается совместно с экспертами, представителями субъектов предпринимательской деятельности, общественных институтов и организаций, сотрудников профильных органов исполнительной власти.

3. Результаты прогноза публикуются в сети Интернет в полном объеме и машиночитаемой форме.

4. Восстановление и развитие в соответствии с Инвестиционной стратегией региональной системы профессионального образования, переориентирование части выпускников школ на получение качественного профессионального профильного образования.

5. Создание региональной системы переподготовки и трудоустройства выпускников специальностей, невостребованных на рынке труда (система должна быть целиком и полностью добровольной).

6. Наличие в образовательных учреждениях региона образовательных программ, разработанных с участием хозяйствующих субъектов, которые направлены на удовлетворение потребностей новых производств.

9. СОЗДАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ДВУЯЗЫЧНОГО ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1. Интернет-портал должен обеспечивать наглядное представление инвестиционных возможностей субъекта Российской Федерации, его Инвестиционной стратегии и инфраструктуры, потенциальных направлений инвестиций, а также сбор и оперативное рассмотрение жалоб, обращений инвесторов.

2. Интернет-портал должен содержать в наглядной форме:

- информацию об инвестиционной привлекательности региона;
- Инвестиционную стратегию;

- План создания инвестиционных объектов и объектов необходимой транспортной, энергетической, социальной и другой инфраструктуры региона;
- линию прямых обращений;
- регламент взаимодействия инвесторов с должностными лицами и органами власти субъекта Российской Федерации и местного самоуправления;
- описание мер поддержки инвестиций и инвестиционных проектов и порядок обращения для их получения;
- информацию о планах и результатах заседаний Совета по улучшению инвестиционного климата и видеотрансляции его заседаний. Должна быть обеспечена возможность заказа гостевого пропуска на заседания Совета;
- отчеты и планы деятельности специализированных организаций по привлечению инвестиций и работе с инвесторами;
- информацию о планируемых и реализуемых на территории соответствующего региона инвестиционных проектах.

3. Интернет-портал ведется на двух (русском и английском) и более языках.

9. НАЛИЧИЕ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЕДИНОГО РЕГЛАМЕНТА СОПРОВОЖДЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПО ПРИНЦИПУ «ОДНОГО ОКНА»

1. В субъекте Российской Федерации должен быть разработан регламент сопровождения всех категорий инвестиционных проектов, в рамках которого предоставляется полный спектр инструментов поддержки на всех стадиях развития бизнеса по принципу «одного окна», включая участие в региональных, федеральных и международных программах развития предпринимательства, содействие в привлечении средств инвестиционных и

венчурных фондов, бизнес-ангелов, институтов развития, частных инвесторов, кредитно-финансовых учреждений.

2. Конкретные способы поддержки определяются в зависимости от категорий инвестиционных проектов и объема инвестиций.

3. Регламент сопровождения инвестиционных проектов должен в себя:

- процедуру внесения проекта на интернет-сайте;
- сроки и процедуру рассмотрения проекта, включая очную презентацию проекта на заседании экспертного совета;
- обязательства предоставления информации о возможных инструментах поддержки, на которые может претендовать инициатор проекта;
- возможность прохождения бесплатного обучения инициатором проекта по правилам использования конкретного инструмента поддержки;
- требования к подготовке проекта, установленные конкретными организациями, фондами, институтами развития;
- порядок взаимодействия организаций по рассмотрению проектов, претендующих на поддержку.

4. Ведение инвестиционных проектов должно осуществляться в единой информационной системе, предусматривающей наличие общей базы данных проектов, регистрацию информации обо всех этапах взаимодействия с инициаторами проектов, возможность проведения анализа финансовых показателей, результаты взаимодействия субъектов инвестиционной и предпринимательской деятельности с государственными органами.

5. Работа с субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности, осуществляющими значительные инвестиции в субъект Российской Федерации, должна строиться по индивидуальным планам.

ГАРАНТИИ ИНВЕСТОРАМ

11. ПРИНЯТИЕ ВЫСШИМ ДОЛЖНОСТНЫМ ЛИЦОМ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕКЛАРАЦИИ РЕГИОНА

1. Декларация должна устанавливать принципы взаимодействия органов власти субъекта Российской Федерации с субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности. Эти принципы определяют смысл и содержание деятельности органов власти субъекта Российской Федерации.

2. В число этих принципов входят:

- Равенство – не дискриминирующий подход ко всем субъектам предпринимательской и инвестиционной деятельности в рамках заранее определенной и публичной системы приоритетов;
- Вовлеченность – участие субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности в процессе принятия государственных решений и оценки их реализации;
- Прозрачность – общедоступность документированной информации органов власти (за исключением относящейся к исчерпывающему перечню категорий секретной информации);
- Лучшие практики – ориентация административных процедур и регулирования на лучшую с точки зрения интересов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности практику взаимодействия субъектов РФ с субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности.

3. Содержание декларации должно включать в себя следующие положения:

- обязательства высшего должностного лица региона по обеспечению и защите прав инвесторов;

- гарантии безопасности ведения предпринимательской и инвестиционной деятельности на территории субъекта Российской Федерации;
- случаи, когда руководство субъекта Российской Федерации обязано вступить в переговоры с субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности (например, случай «тупиковой ситуации», когда органы власти не выдали необходимое для деятельности разрешение в течение установленного законом срока);
- обязательства высшего должностного лица региона по осуществлению мер, направленных на сокращение сроков и упрощение процедур выдачи разрешительной документации для инвесторов.

4. Декларация может иметь иное наименование и дополнительные элементы содержания, помимо указанных выше.

12. ПРИНЯТИЕ НОРМАТИВНОГО АКТА, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩЕГО ПРОЦЕДУРУ ОЦЕНКИ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРИНЯТЫХ И ПРИНИМАЕМЫХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ АКТОВ, ЗАТРАГИВАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В субъекте Российской Федерации должен быть принят нормативный акт, регламентирующий следующие вопросы:

1. Орган, уполномоченный на проведение оценки регулирующего воздействия (ОРВ) нормативных правовых актов.
2. Критерии оценки нормативных актов, включая критерии целесообразности, адекватности, осуществимости и эффективности.
3. Форма отчета об ОРВ, включающая:
   - описание существующей проблемы;
   - цели и задачи регулирования;
   - возможные варианты достижения поставленной цели.

4. Анализ издержек и выгод каждого из рассматриваемых вариантов с учетом:

- результатов реализации аналогичных инициатив в данном субъекте РФ или других субъектах Российской Федерации;
- информационных потоков, которые будут позволять контролировать реализацию рассматриваемых альтернатив;
- положительных и отрицательных стимулов, которые способны влиять на реализацию альтернатив.

5. Публичные консультации и учет мнения заинтересованных групп.
6. Рекомендуемый вариант регулирующего решения.
7. Реализация выбранного варианта и последующий мониторинг.
8. Задание шкалы жесткости мер регулирования с точки зрения их влияния на субъектов предпринимательской или инвестиционной деятельности. Данная шкала должна давать возможность:

- выявлять альтернативы предлагаемым (или имеющимся) вариантам регулирования;
- давать на основе разумных презумпций оценку обременительности регулирования в отсутствии количественных расчетов (в случаях, когда они не проводятся).

Подготовка такого нормативного акта субъекта Российской Федерации осуществляется в соответствии с разработанными Минэкономразвития России Методическими рекомендациями, одобренными 20 марта 2012 решением Правительственной комиссии по проведению административной реформы.

13. НАЛИЧИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ, ПОВЫШЕНИЯ И ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРОФИЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ И РАБОТЕ С ИНВЕСТОРАМИ

1. Создание моделей компетенций государственных служащих субъекта Российской Федерации и сотрудников специализированной организации по привлечению инвестиций и работе с инвесторами, определяющих требования к:

- знаниям;
- навыкам;
- ценностям.

2. Основные положения модели компетенции должны быть отражены в трудовых контрактах.

3. Установление критериев оценки показателей эффективности сотрудников профильных органов государственной власти субъектов Российской Федерации и организаций, участвующих в инвестиционном процессе, и увязка их с моделью компетенций.

4. При оценке соответствия квалификационных требований соискателей на государственные должности и должности в специализированной организации должно учитываться наличие опыта работы по реализации предпринимательских проектов, бизнес-образования (преимущественно в зарубежных бизнес-школах и университетах).

5. Финансирование стажировок сотрудников профильных органов исполнительной власти и специализированной организации в соответствующих органах власти и институтах развития в иных субъектах Российской Федерации и за рубежом.

14. ВКЛЮЧЕНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ В СОСТАВ ОРГАНА ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РФ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТАРИФОВ – РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ КОМИССИИ (РЭК) И СОЗДАНИЕ КОЛЛЕГИАЛЬНОГО СОВЕЩАТЕЛЬНОГО ОРГАНА ПРИ РЭК, ВКЛЮЧАЮЩЕГО ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДЕЛОВОГО СООБЩЕСТВА

1. В состав РЭК и иных органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации, принимающих решения об установлении цен (далее – иные органы), тарифов должно быть включено не менее трех представителей основных групп потребителей и соответствующих объединений предпринимателей. Указанные лица должны представлять интересы широкого круга коммерческих потребителей энергоресурсов, объединенных в коллегиальный орган при РЭК4 и иных органах.

2. В субъекте Российской Федерации должен быть создан коллегиальный орган при РЭК и иных органах, включающий представителей хозяйствующих субъектов – потребителей энергоресурсов (далее – коллегиальный орган). В состав коллегиального органа входят представители хозяйствующих субъектов, общественных организаций и эксперты.

3. Коллегиальный орган наделяется правом предварительного рассмотрения проектов решений по установлению РЭК или иными органами тарифов и утверждению инвестиционных программ субъектов естественных монополий.

4. Коллегиальный орган формулирует позицию по результатам рассмотрения проектов решений РЭК и иных органов, указанных в п. 3 настоящего раздела. Позиция коллегиального органа по проектам решений РЭК (иной орган) направляется до принятия соответствующего решения РЭК в РЭК и высшему должностному лицу субъекта Российской Федерации. В случае расхождения решения РЭК или иного органа и позиции

[4] Настоящий пункт вступает в силу в случае внесения соответствующих изменений в федеральное законодательство.

коллегиального органа РЭК (иной орган) направляет в коллегиальный орган обоснованные возражения в письменной форме.

5. Позиция коллегиального органа рассматривается РЭК вместе с документами, используемыми для принятия соответствующего решения.

15. НАЛИЧИЕ КАНАЛА (КАНАЛОВ) ПРЯМОЙ СВЯЗИ ИНВЕСТОРОВ И РУКОВОДСТВА СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЛЯ ОПЕРАТИВНОГО РЕШЕНИЯ ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОБЛЕМ И ВОПРОСОВ

1. Должен быть организован канал (каналы) прямой связи инвесторов с руководством субъекта Российской Федерации для оперативного решения

2. возникающих в процессе инвестиционной деятельности проблем и вопросов.

3. Канал прямой связи должен отвечать требованиям:

- равного доступа субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности к разрешению вопросов государственными служащими соответствующего вопросу уровня;
- контроля результатов и сроков рассмотрения обозначенных хозяйствующими субъектами вопросов и проблем;

3. Каналами прямой связи, в частности, могут служить:

- доступные для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности мобильные телефоны руководителей субъекта Российской Федерации;
- официальные блоги руководителей субъекта Российской Федерации в общераспространенных социальных сетях;
- «горячая линия», работающая через интернет-сайт.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Само по себе внедрение Стандарта, т.е. формальное выполнение его требований не гарантирует притока инвестиций в регион, но способствует формированию понятной предпринимательской среды и улучшению инвестиционного климата в регионе.

Апробация и внедрение Стандарта в субъектах Российской Федерации осуществляется на основании утвержденной Дорожной карты внедрения Стандарта (далее – Дорожная карта), которая разрабатывается органами исполнительной власти соответствующего субъекта. Дорожная карта представляет собой пошаговый формализованный план, определяющий конкретные мероприятия по реализации требований Стандарта и сроки их выполнения, а также ответственных из числа сотрудников органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации.

Процесс апробации и внедрения Стандарта находится под постоянным общественным контролем со стороны Экспертных групп, которые осуществляют согласование Дорожных карт, мониторинг исполнения предусмотренных ими мероприятий, а также принимаемых во исполнение требований Стандарта документов. Данные экспертные группы являются общественными совещательными органами, состоящими из представителей регионального бизнес-сообщества, общественных, в том числе предпринимательских, объединений, а также местного экспертного сообщества. Все заседания Экспертных групп проводятся открыто и освещаются в средствах массовой информации.

Принимаемые по результатам проведенной общественной экспертизы решения групп носят рекомендательный характер и учитываются Агентством стратегических инициатив при определении результатов внедрения соответствующим субъектом Российской Федерации Стандарта.

Оценка результатов внедрения Стандарта в субъектах Российской Федерации будет проводиться Агентством путем проведения исследований в области изменения инвестиционного климата в регионах. Кроме того по результатам внедрения Стандарта при необходимости и на основе результатов его внедрения будет проведена его корректировка, а также обобщены лучшие региональные практики внедрения требований Стандарта.