

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра финансов

М.П. Болодурина

## ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВЫЕ МЕТОДЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Оренбург  
2018

УДК 330.342  
ББК 65.263  
Б 79

Рецензент – доцент кафедры финансов Е.А. Григорьева

- Болодурина, М.П.**  
Б 79 Программно-целевые методы финансирования инноваций: методические указания по выполнению лабораторных работ / М.П. Болодурина; Оренбургский гос. ун-т – Оренбург: ОГУ, 2018.

Методические указания по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Программно-целевые методы финансирования инноваций» предназначены для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика. Выполнение лабораторных работ способствует формированию компетенций в области выбора и обоснования источников и методов финансового обеспечения инновационной деятельности.

УДК 330.342  
ББК 65.263

© Болодурина М. П., 2018  
© ОГУ, 2018

## Содержание

Введение .....	4
1 Общие рекомендации по выполнению лабораторной работы .....	5
2 Этапы выполнения лабораторной работы .....	6
2.1 Лабораторные работы № 1-2. Роль инновационной деятельности в развитии современной экономики .....	6
2.2 Лабораторные работы № 3-4. Методы финансирования инновационной деятельности .....	15
3 Рекомендуемая литература, нормативно правовые акты, электронные ресурсы..	18

## Введение

Выполнение лабораторных работ – одна из форм учебной работы, основной целью которой является создание условий для получения студентами устойчивых практических навыков решения задач предметной области учебной дисциплины. Учебный процесс по дисциплине «Программно-целевые методы финансирования инноваций» предусматривает проведение лабораторных занятий, которые проводятся в компьютерном классе, оснащённом средствами выхода в Интернет.

Цель освоения дисциплины «Программно-целевые методы финансирования инноваций» состоит в формировании у студентов комплекса профессиональных компетенций в области выбора и обоснования источников и методов финансового обеспечения инновационной деятельности.

Выполнение лабораторных работ отвечает прежде всего за овладение практическими умениями, зафиксированными в рабочей программе дисциплины по профессиональным компетенциям:

- способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-5);

Овладение общепрофессиональными компетенциями применительно к дисциплине и в связи с выполнением лабораторных работ связано с осознанием важности и ответственности при принятии организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.

- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2).

Требования к студенту, выполняющему лабораторные работы, состоят в овладении определенной совокупностью умений использовать источники нормативно-правовой, статистической и аналитической информации для проведения финансово-экономических расчетов при выборе и обосновании источников и методов финансового обеспечения инновационной деятельности хозяйствующего субъекта.

# 1 Общие рекомендации по выполнению лабораторной работы

Процесс выполнения лабораторной работы включает анализ ее задания, выбор подхода (метода) реализации, выполнение расчетно-графической части в среде программы Excel, подготовку краткой пояснительной записки в электронном виде, в виде документа, оформленного в соответствии с требованиями университета к студенческим работам и представление преподавателю. В процессе проведения своих исследований студент использует источники информации, которые ему сообщены преподавателем, а также дополнительные, найденные самостоятельно.

В настоящей учебно-методической разработке для каждой лабораторной работы приведен материал, достаточный для правильного понимания задания на лабораторную работу и определения содержания процесса ее выполнения.

Для выполнения лабораторных работ по дисциплине «Программно-целевые методы финансирования инноваций» студент должен знать:

- способы анализа и оценки полноты и качества информации, используемой для проведения экономических расчетов и поиска источников финансирования решений инновационного характера;

- место и роль инноваций в создании инфраструктуры предпринимательской деятельности; возможности компаний по привлечению источников финансирования инновационной деятельности;

- основные принципы и инструменты инновационного менеджмента в современных условиях; основы разработки и использования инноваций и готовность применять их на практике; основные количественные и качественные методы инновационного анализа.

Уметь:

- анализировать условия для принятия инвестиционных и инновационных решений хозяйствующих субъектов; при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию;

- осуществлять выбор направления инвестирования и методов финансирования инноваций;

- проводить анализ критериев инновационной финансовой политики организации; использовать на практике современные количественные и качественные методы анализа инновационных решений.

## **2 Этапы выполнения лабораторной работы**

### **2.1 Лабораторные работы № 1-2. Роль инновационной деятельности в развитии современной экономики**

*Цель лабораторной работы* – анализ информационного обеспечения и условий принятия инвестиционных и инновационных решений хозяйствующих субъектов.

Компетенции, формируемые в результате выполнения лабораторных работ 1-2:

- знать способы анализа и оценки полноты и качества информации, используемой для проведения экономических расчетов и поиска источников финансирования решений инновационного характера (ОК-6);

- знать место и роль инноваций в создании инфраструктуры предпринимательской деятельности; возможности компаний по привлечению источников финансирования инновационной деятельности (ОПК-2);

- уметь анализировать условия для принятия инвестиционных и инновационных решений хозяйствующих субъектов; при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию (ОК-2);

- уметь осуществлять выбор направления инвестирования и методов финансирования инноваций (ОПК-2).

Выполнение лабораторных заданий рассчитано на 2 часа.

**Задание 1** Определить, в какой фазе сейчас находится конкретная технология (на выбор студента) и рекламные продукты, проанализировав с учетом исторических примеров и ускоряющих факторов, с какой скоростью она может пройти следующие фазы, можно предвидеть сроки выхода новых продуктов на рынок. А от-

талкиваясь от сроков – создавать дорожную карту по их внедрению и соответствующему изменению процессов и организационной структуры в рекламном (консалтинговом) агентстве.

Разработайте рекомендации с учетом ответов на следующие вопросы: как искусственный интеллект меняет отношения с потребителем? Как сделать правильную ставку в технологической гонке?

### ***Методические рекомендации к лабораторной работе № 1***

Новый маркетинг.

Потребителя раздражает навязчивая реклама. Она прерывает занятия: включается в середине фильма по телевизору, всплывает на сайтах, когда читаем интересный материал. Люди все меньше замечают баннеры и пытаются оградить себя от рекламного шума: каждый третий российский пользователь применяет программы для блокирования рекламы в интернете, еще 13 % планируют это делать, свидетельствуют данные Deloitte<sup>1</sup>.

В 2017 г. исследовательское агентство Forrester<sup>2</sup> выпустило исследование под заголовком «Конец рекламы в том виде, в каком мы ее знаем». Главный вывод, как можно понять из названия, – потребителям больше не нужна реклама в привычном виде. У нас все меньше времени на то, чтобы нас прерывали. Но в то же время мы все легче полагаемся на умные алгоритмы, помогающие принимать решения.

Как успевать меняться вслед за стремительно трансформирующимся миром? Кажется, нет сегодня отрасли, в которой не искали бы ответа на этот вопрос. Маркетинг меняется, пытаюсь так наладить коммуникацию с потенциальными покупателями и клиентами, чтобы она не раздражала их, была персонализированной и уместной. В конечном счете это означает более тесную связь с потребителем. В основе этой трансформации лежат технологии – в первую очередь искусственный интеллект и анализ больших данных.

---

<sup>1</sup> Deloitte Touche Tohmatsu Limited («Делойт») - международная сеть компаний, оказывающих услуги в области консалтинга и аудита. - Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ru/ru.html>

<sup>2</sup> Forrester Research - исследовательская компания, которая предоставляет данные о рынке новых технологий, а так же осуществляющей профильные консультации. - Режим доступа: <https://go.forrester.com/>

К 2020 г., по расчетам компании Gartner, 85 % взаимодействий между компаниями и потребителями будет осуществлять искусственный интеллект. Главный аргумент адептов нового маркетинга – алгоритмы могут найти индивидуальный подход к каждому из миллионов. Это ключ к потребителям. По данным Marketing Insider Group, 78 % пользователей интернета в США сообщили, что их желание купить товар возрастает, когда они видят релевантную, подходящую именно им рекламу<sup>3</sup>.

Искусственный интеллект уже предсказывает 16 из 17 победителей «Оскара», выигрывает в го у профессиональных игроков и узнает конкретного кота на входе в хозяйский дом по морде. Многие машины эффективнее человека умеют организовывать маркетинговые коммуникации – они могут предсказывать желания конкретного потребителя и подбирать релевантную для него рекламу.

\$ 26-39 млрд. составили вложения в технологии, связанные с искусственным интеллектом, в 2016 г., по подсчетам McKinsey<sup>4</sup>. Подавляющее большинство этих денег – от \$20 млрд до \$30 млрд – вложили технологические гиганты (причем 90 % их вложений – R&D), \$ 6–9 млрд могли составить венчурные и прямые инвестиции. Оценки общей суммы за 2017 г. нет, но вложения одних только венчурных инвесторов могли составить уже до \$12 млрд, по оценке KPMG<sup>5</sup>. К 2025 г. программные продукты, связанные с искусственным интеллектом, могут принести выручку в \$89,8 млрд, ожидает компания Tractica<sup>6</sup> (в 2016 г. – \$3,2 млрд). Из пяти направлений развития технологий искусственного интеллекта – роботы и автономный транспорт, компьютерное зрение, языковые технологии, виртуальные агенты и машинное обучение – на последнее приходится 60 % инвестиций, по оценке McKinsey. Внедрение искусственного интеллекта за пределами технологического сектора находится на ранней, часто – на экспериментальной стадии. Только 20 % из опрошенных консультантами руководителей 3000 компаний сообщили, что используют какие-либо связанные с искусственным интеллектом технологии. Из 160 изученных кейсов

<sup>3</sup> Новый маркетинг. - Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2018/03/02/752551-ot-redaktsii#/partner/articles/2018/03/02/752551-ot-redaktsii#!%23%2Fboxes%2F140737493783580>

<sup>4</sup>McKinsey & Company - международная консалтинговая компания - Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/ru>

<sup>5</sup> KPMG - сеть, оказывающая профессиональные услуги: аудиторские, налоговые и консультационные. - Режим доступа: <https://home.kpmg.com/ru/ru/home/about.html>

<sup>6</sup> Tractica - аналитическая компания. - Режим доступа: <https://www.tractica.com/>

только в 12 случаях речь шла о коммерческом внедрении таких технологий (опрос руководителей более чем 3000 компаний из 14 секторов более чем в 10 странах, опубликован в 2017 г.). Самые «продвинутые» в использовании искусственного интеллекта секторы – технологический и телекоммуникационный, автомобильный и финансовый. Средний уровень – ритейл, медиа и индустрия развлечений, а также потребительские товары. Слабее всех продвинулись компании, занимающиеся образованием, здравоохранением, туризмом и путешествиями, по наблюдениям McKinsey.

С 1997 по 2007 г. интернет-реклама прошла фазу экспериментальных бизнес-применений, а с 2007 по 2017 г. ее оборот в России вырос в 5,7 раза – и в итоге рынок интернет-рекламы обогнал рынок рекламы телевизионной.

Из-за растущей фрагментации рынка одним из основных вопросов долгосрочной стратегии развития рекламных агентств становится технологическое предвидение. Что станет The Next Big Thing в рекламе и маркетинге, а что останется нишевой историей? Исходя из этого, можно определить в какие новые технологии и направления стоит инвестировать, из каких областей привлекать таланты, как менять собственные продукты и процессы.

Принимать решения в этой области помогают как индустриальные исследования, так и собственные методики оценки перспектив развития различных технологий.

Глубокий анализ развития уже существующих технологий предоставляет исследовательская компания Gartner<sup>7</sup>. Она прогнозирует, что в ближайшее десятилетие миром будут управлять три мегатренда: искусственный интеллект, эволюция интерфейсов и эволюция цифровых платформ (в частности, интернет вещей и блокчейн). Цикл хайпа от Gartner представлен на рисунке 1.

Но чтобы применить прогноз в реальной бизнес-стратегии, понимать векторы технологического развития недостаточно. Необходимо предвидеть скорость развития технологий и время их массового внедрения.

---

<sup>7</sup> Gartner - исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках информационных технологий. - Режим доступа: <https://www.gartner.com/>

# Цикл хайпа от Gartner

## 2-5 лет (2019-2022)

Бессерверные PaaS  
(платформа как услуга)

Платформы  
интернета вещей

Глубокое обучение

Машинное обучение

Коммерческие дроны

Консультанты  
на основе когнитивных  
данных

Виртуальная реальность

## 5-10 лет (2022-2027)

5G

Диалоговые  
интерфейсы

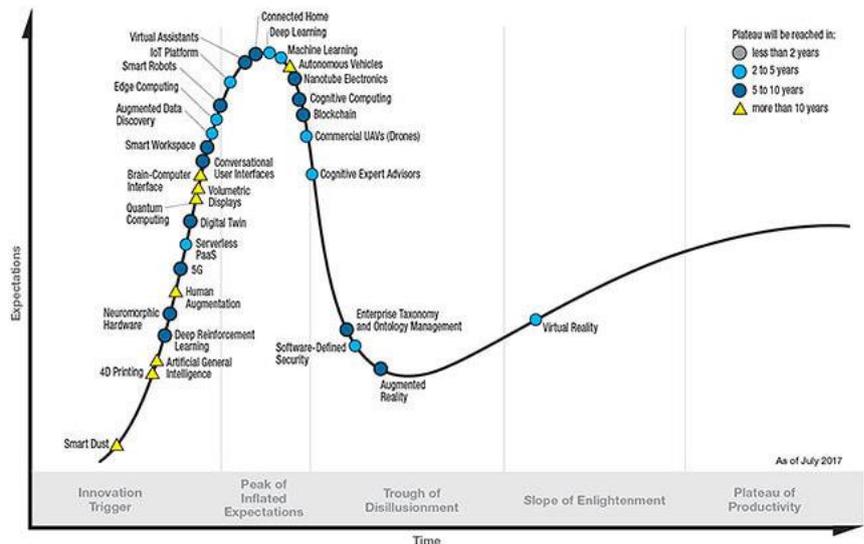
Умные роботы

Виртуальные  
ассистенты

Технологии  
подключенного дома

Блокчейн

Дополненная  
реальность



Источник: Выступление Андрея Чернышова на Yandex 42 Conference

Рисунок 1- Цикл хайпа от Gartner

Выделяют четыре основные фазы развития технологии: фазу научных исследований и первых технологических проб, фазу экспериментальных бизнес-применений, фазу масштабирования и, наконец, фазу рыночного доминирования.

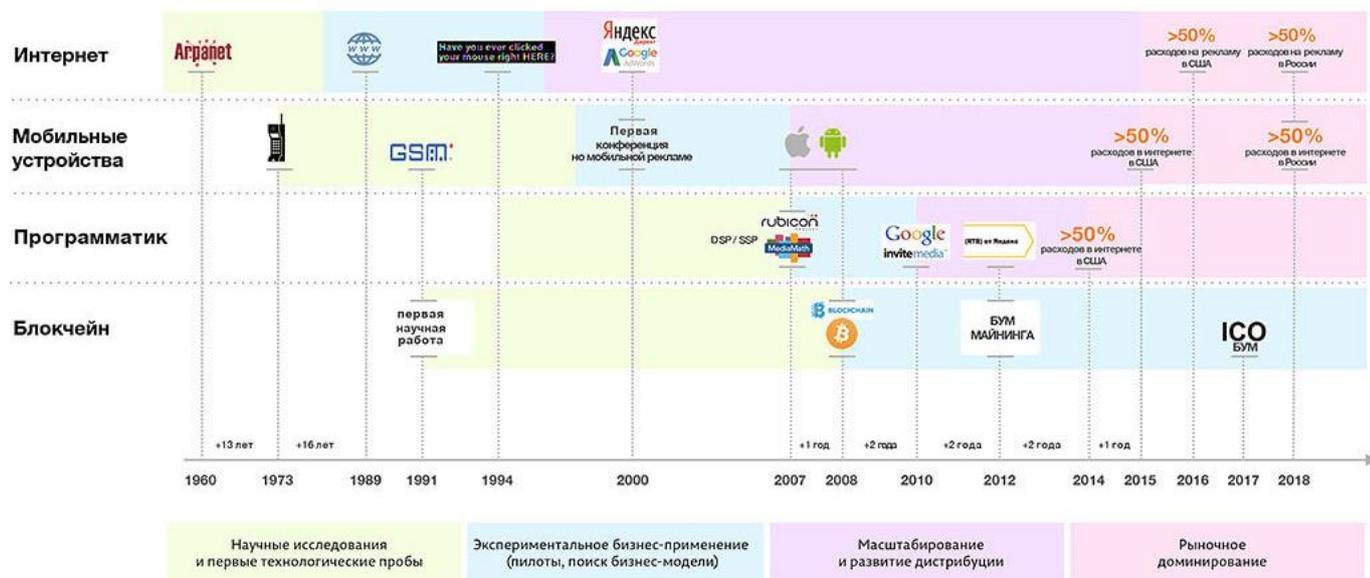
Путь интернет-рекламы до фазы рыночного доминирования (более 50% рынка) составил около 50 лет, если считать с момента создания ARPANet в 60-х (фаза научных исследований), около 30 лет, если считать с момента создания первого веб-сайта в 1990 г. (фаза экспериментальных бизнес-применений), и около 15 лет с момента запуска Google AdWords и появления контекстной рекламы на Яндекске (фаза масштабирования).

Скорость изменений растет, и каждая фаза проходит быстрее. Так, мобильная реклама прошла путь от фазы масштабирования (создание магазинов приложений AppStore и Google Market) до рыночного доминирования (более 50% оборота диджитал-рекламы в США в 2015 г.) уже за восемь лет, а programmatic – всего за четыре года.

Ускорению во многом способствует включение в игру IT-гигантов, способных покупать и масштабировать успешные стартапы, быстро вести собственную разработку и дистрибутировать рекламные продукты на национальном и глобальном уровнях. Мобильная реклама долгое время была уделом энтузиастов и стала основным видом рекламы в интернете только после того, как магазины мобильных приложений запустили Google и Apple. Быстрое развитие programmatic произошло также не без помощи Google, купившей в 2010 г. RTB-разработчика Invite Media.

Сегодня крупнейшие мировые игроки проявляют интерес к распознаванию голоса и изображений, дополненной и виртуальной реальности. Это позволяет сделать вывод, что на маркетинг и рекламу в ближайшие годы сильнее всего будет влиять эволюция интерфейсов. Своих голосовых помощников создали Amazon, Apple, Google, «Яндекс», Samsung, поэтому в перспективе двух лет ожидается появление рынка рекламы продуктов и услуг на этих платформах. Летом 2017 г. Google и Apple практически одновременно выпустили инструментарий для разработчиков по созданию функций дополненной реальности в мобильных приложениях. Массовое применение можно ожидать уже в ближайший год, причем не только в мобильных играх, но и в электронной коммерции. Фокус Facebook на развитие виртуальной реальности дает основания предполагать вероятный скорый прорыв и в этой области. Динамика развития интернет-технологий в сфере рекламы представлена на рисунке 2.

В фокусе IT-гигантов также искусственный интеллект и эволюция цифровых платформ – во всех их технологических направлениях, за исключением, пожалуй, блокчейна. Отношение IT-гигантов к блокчейну можно пока назвать пессимистичным или осторожным. Возможно, во многом поэтому блокчейн довольно долго находится в фазе экспериментальных бизнес-применений и не дорос еще даже до фазы масштабирования.



Источник: Выступление Андрея Чернышова на Yandex 42 Conference

Рисунок 2- Динамика развития интернет-технологий в сфере рекламы

**Задание 2** Популярная точка зрения нашего времени: данные – это новая нефть, а искусственный интеллект – новое электричество. Резкое изменение технологической основы экономики делает прежние методы прогнозирования, осмысления трендов и понимания заказа общества и государства на инновации кардинально устаревшими. Хорошо зарекомендовавшим себя методом стимулирования научно-технического прогресса является призовой конкурс<sup>8</sup>.

В самом начале новейшего времени стимулирующие конкурсы стали главным проводником изобретений и инноваций в реальную жизнь. Экстремальные изменения цифровой экономики требуют экстремальных методов реакции на них со стороны общества и государства.

В мире сейчас спорят между собой несколько моделей ориентации в поддержке инноваций: ориентация на миссию, ориентация на изобретения и ориентация на системную поддержку. Ориентация на миссию поддерживает конкретные решения практических проблем общества и государства. Ориентация на изобретательство поддерживает традиционные способы реализации механизмов НИОКР. Ориентация

<sup>8</sup> Ефимов, А. И. Метод испытаний трудных / А.И. Ефимов // Троицкий Вариант. 2016. № 199

на системную поддержку обеспечивает реализацию потенциала взаимодействия всех игроков инновационной экосистемы<sup>9</sup>.

Проиллюстрирую реализацию этих подходов в мировой и российской практике примерами.

### *Методические рекомендации к лабораторной работе № 2*

«Развитие инноваций, стремление оседлать скоротечно меняющиеся технологические тренды сродни стрельбе по движущейся мишени – участникам все время приходится угадывать, куда целиться».<sup>10</sup>

Известный современный писатель и журналист цифровой экономики Джон Маркофф утверждает, что последствия распространения искусственного интеллекта «значительно превысят трансформацию нашей цивилизации от появления персональных компьютеров и всемирной сети»<sup>11</sup>.

Open Innovations Startup Tour – самый масштабный проект в России и СНГ по поиску перспективных инновационных проектов и развитию компетенций начинающих предпринимателей. Фонд «Сколково»<sup>12</sup> проводит это мероприятие совместно с основными институтами развития.

Внедрением цифровых изменений активно занялись не только банки, ритейлеры и телекоммуникационные компании, но и крупные промышленные предприятия. И многие из них уже заинтересованы во взаимодействии со стартапами – это возможность быстрее получить доступ к новым технологиям и командам.

За месяц до проведения Startup Tour в конкретном городе команда «Сколково» выезжает на встречу с руководством компаний, представленных в регионе. Как правило, собирает их на одной площадке губернатор. Просьба одна – рассказать про стратегию своего технологического развития, какие технологии будут востребованы в перспективе. Программа форума в конкретном городе учитывает эти пожелания.

---

<sup>9</sup> Ефимов, А. И. Новое - это хорошо забытое старое: технологические конкурсы в эпоху цифровой экономики. - Режим доступа: <https://sk.ru/news/m/skmedia/20434/download.aspx>

<sup>10</sup> Sk Альманах. Цифровая экономика. - Режим доступа: <https://sk.ru/news/m/skmedia/20434/download.aspx>

<sup>11</sup> Markoff J. Machines of Loving Grace. The Quest for Common Ground Between Humans and Robots. New York: Harper Collins, 2015.

<sup>12</sup> Фонд развития инновационного центра Сколково. - Режим доступа: <http://sk.ru/>

Во второй день форума проходит конкурс стартапов. У него есть стандартные треки: IT, биотехнологии в медицине и сельском хозяйстве, индустриальные технологии. Организаторы готовы вносить изменения под конкретные запросы региона.

Но самый важный, пожалуй, шаг навстречу региональному бизнесу – появление в программе мероприятия Skolkovo Demo Day. Для крупных компаний чаще всего стартапы на ранних стадиях нерелевантные партнеры – слишком много рисков (от бюрократических сложностей до высокой цены возможной ошибки). Но, выяснив интересы компаний, работающих на той или иной территории, команда тура вступает в активное обсуждение с руководителями профильных кластеров в Инновационном центре «Сколково». И организует в рамках Startup Tour визит в город компаний-резидентов, сотрудничество с которыми могло бы быть полезно местному бизнесу.

Startup Tour, по сути, выполняет функцию инновационного лифта, взаимодействуя напрямую с региональными площадками и основными институтами развития. В этом году мероприятие проходит в 11 городах: в феврале 2018 г. Startup Tour приезжал в Пермь, Красноярск и Южно-Сахалинск, в марте проходит в Тюмени, Ижевске, Калининграде и Ульяновске, а в апреле его примут Белгород, Улан-Удэ, Великий Новгород и Краснодар. Традиционно первый день Startup Tour посвящен образовательной и менторской программе, а также обсуждению новейших трендов, второй – конкурсу стартапов и теме цифровой экономики. Победители региональных этапов конкурса встретятся в Москве на полуфинале Startup Village.

Федеральный охват форума привлекает партнеров. «Для нас это отличный шанс увидеть новые проекты. На мероприятия Startup Tour часто приезжают люди и из соседних городов, – говорит Шатров из ФРИИ<sup>13</sup>. – Например, в Краснодаре мы нашли проект из Ижевска ZigZag, в который инвестировали 15 млн руб. в прошлом году. В Перми видели проекты из Екатеринбурга и даже из Санкт-Петербурга».

Компании и стартапы чаще стали входить в системное взаимодействие. Процесс этот постепенно институционализируется, чему способствует и цепочка мероприятий «Сколково». Процесс набирает обороты. Крупные промышленные предприя-

---

<sup>13</sup> ФРИИ - фонд развития интернет-инициатив. - Режим доступа: <http://www.iidf.ru/>

тия, которые переходят с оборонного заказа на гражданскую продукцию, заинтересованы в стартапах, предлагающих такие решения. Корпорации привлекают стартапы, чтобы оптимизировать внутренние процессы – например, контроль клиентского потока, системы информирования и аналитики и т. д. Другой вариант – поиск команд для выращивания spin off – побочных продуктов из схожих отраслей, которые могут быть внедрены у текущих клиентов корпорации. Для этого проводят мероприятия в поисках стартапов и хакатоны по кейсам корпоративных заказчиков, открываются корпоративные акселераторы.

## **2.2 Лабораторные работы № 3-4. Методы финансирования инновационной деятельности**

*Цель лабораторной работы* – обоснование выбора направления инвестирования и методов финансирования инноваций.

Компетенции, формируемые в результате выполнения лабораторных работ 3-4:

- знать место и роль инноваций в создании инфраструктуры предпринимательской деятельности; возможности компаний по привлечению источников финансирования инновационной деятельности (ОПК-2);

- знать основные принципы и инструменты инновационного менеджмента в современных условиях; основы разработки и использования инноваций и готовность применять их на практике; основные количественные и качественные методы инновационного анализа. (ПК-5);

- уметь осуществлять выбор направления инвестирования и методов финансирования инноваций (ОПК-2);

- уметь проводить анализ критериев инновационной финансовой политики организации; использовать на практике современные количественные и качественные методы анализа инновационных решений (ПК-5).

Выполнение лабораторных заданий рассчитано на 2 часа.

**Задание 3** Проанализировать программу правительства РФ «Цифровая экономика Российской Федерации»<sup>14</sup>. Выявить и охарактеризовать проекты, входящие в программу, формы государственной поддержки реализации этой программы, методы финансирования.

### ***Методические рекомендации к лабораторной работе № 3***

Программа правительства РФ «Цифровая экономика Российской Федерации», утверждена распоряжением Правительства от 28 июля 2017 года №1632-р<sup>15</sup>.

О вхождении Российской Федерации в состав учредителей автономной некоммерческой организации «Цифровая экономика», утверждена распоряжением Правительства от 14 марта 2018 года №421-р<sup>16</sup>

**Задание 4** Охарактеризуйте возможности использования венчурного капитала для финансирования инноваций в РФ.

### ***Методические рекомендации к лабораторной работе № 4***

Последние три года развитие российского венчурного рынка определялось ростом российской экономики в целом. Размер рынка не превышал \$150 млн, а количество сделок находилось на уровне 200. Доля венчурных инвестиций в России по отношению к ВВП существенно проигрывает среднемировым показателям на всех стадиях венчурного цикла. Так на стадии Seed/Round A российский рынок отстает в 8 раз, а на поздних стадиях В/С/D – уже в 47 раз. Россия занимает 1,5% долю на глобальном венчурном рынке по количеству инвестированных проектов и всего 0,1% в долларовом выражении<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> Правительство РФ [официальный сайт]. - Режим доступа: <http://government.ru/>

<sup>15</sup> Программа правительства РФ «Цифровая экономика Российской Федерации», утверждена распоряжением Правительства от 28 июля 2017 года №1632-р. - Режим доступа: <http://government.ru/>

<sup>16</sup> О вхождении Российской Федерации в состав учредителей автономной некоммерческой организации «Цифровая экономика», утверждена распоряжением Правительства от 14 марта 2018 года №421-р <http://government.ru/docs/31755/>

<sup>17</sup> Белов, В. Цифровая экономика: заменят ли ICO и криптоинвестиции классический венчурный рынок? - Режим доступа: <https://sk.ru/news/m/skmedia/20434/download.aspx>

«ICO, или Initial Coin Offering (первичное размещение токенов) - форма привлечения инвестиций в новые технологические проекты и стартапы в виде эмиссии и продажи инвесторам новых криптовалют/токенов»

В отличие от других рынков в России очень низкая доля инвестиций на поздних стадиях, при этом 1/3 инвестиций на ранних стадиях обеспечивается венчурными фондами с государственным участием. Если основным драйвером роста в мире становятся корпоративные венчурные фонды, то в России наметилась обратная тенденция, и «удельный вес» корпоративных фондов среди венчурных сделок медленно снижается (с 13% в 2012 году до 9% в 2016 году). При этом если говорить о свете в конце туннеля, то рынок венчурных «выходов» в России оставляет желать лучшего. По разным оценкам, объем «выходов» в России в 2016 году составил \$50–60 млн, при этом \$30 млн пришлось на продажу Pixonic в Mail.ru Group. Большинство «успешных» выходов являются списаниями или distressed sales, что сильно искажает статистику. Сегодня успешные фонды начинают смотреть либо на иностранные компании, либо готовить российские стартапы к продаже иностранному инвестору.

Определение термина «венчурные инвестиции» с точки зрения его экономической сущности, исследование нормативно-законодательной базы, регулирующей реализацию инвестиций на формальном рынке венчурного капитала в Российской Федерации, возможные рекомендации по ее усовершенствованию приведены в следующем источнике:

Макушина, Е.Ю. Отражают ли законодательно разрешенные способы осуществления венчурных инвестиций на формальных рынках капитала Российской Федерации их экономическую сущность? / Е.Ю. Макушина // Корпоративные финансы, 2016, - № 3. - С 83-99.

### **3 Рекомендуемая литература, нормативно правовые акты, электронные ресурсы**

1. Deloitte Touche Tohmatsu Limited («Делойт») - международная сеть компаний, оказывающих услуги в области консалтинга и аудита. - Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ru/ru.html>

2. Forrester Research - исследовательская компания, которая предоставляет данные о рынке новых технологий, а так же осуществляющей профильные консультации. - Режим доступа: <https://go.forrester.com/>

3. Gartner - исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках информационных технологий. - Режим доступа: <https://www.gartner.com/>

4. KPMG - сеть, оказывающая профессиональные услуги: аудиторские, налоговые и консультационные. - Режим доступа: <https://home.kpmg.com/ru/ru/home/about.html>

5. Markoff J. Machines of Loving Grace. The Quest for Common Ground Between Humans and Robots. New York: Harper Collins, 2015.

6. McKinsey & Company - международная консалтинговая компания - Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/ru>

7. Sk Альманах. Цифровая экономика. - Режим доступа: <https://sk.ru/news/m/skmedia/20434/download.aspx>

8. Tractica - аналитическая компания. - Режим доступа: <https://www.tractica.com/>

9. АО «Российская венчурная компания» - Режим доступа: <http://www.rvc.ru>

10. Белов, В. Цифровая экономика: заменят ли ICO и криптоинвестиции классический венчурный рынок? - Режим доступа: <https://sk.ru/news/m/skmedia/20434/download.aspx>

11. Белянова, Е.В. Парадоксы теории и реальная экономика: Нобелевская премия по экономике 2015 г. /Е.В. Белянова, С.А. Николаенко // Экономический журнал ВШЭ, 2016. Т. 20. - № 1. - С. 175–190.

12. Волконицкая, К.Г. Ключевые проблемы функционирования объектов региональной инновационной инфраструктуры России / К.Г. Волконицкая, С.Ю. Ляпина // В кн.: XVI Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн.. Кн. 3. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2016. - С. 536-544.
13. Глобальный индекс инноваций (The Global Innovation Index) - глобальное исследование и сопровождающий его рейтинг стран мира по показателю развития инноваций по версии международной бизнес-школы INSEAD. – Режим доступа: <http://www.globalinnovationindex.org/>
14. Емельянов, Ю.С. Типологизация инновационной деятельности и оценка инновационной активности /Ю.С. Емельянинов // Экономика и управление, 2011. - № 9 (82). - С. 41-46.
15. Ефимов, А. И. Метод испытаний трудных / А.И. Ефимов // Троицкий Вариант. 2016. № 199
16. Ефимов, А. И. Новое - это хорошо забытое старое: технологические конкурсы в эпоху цифровой экономики. - Режим доступа: <https://sk.ru/news/m/skmedia/20434/download.aspx>
17. Инновации в России - Режим доступа: <http://innovation.gov.ru> .
18. Институт статистических исследований и экономики знаний - Режим доступа: <https://issek.hse.ru/>
19. Интернет-портал «Финам». - Режим доступа: [www.finam.ru](http://www.finam.ru)
20. Интернет-проект Информационного Агентства Финмаркет - RusBonds. Информация о рынке облигаций в России – Режим доступа: <http://www.rusbonds.ru/>
21. Куклина, И.Р. Инструменты государственной политики российской федерации в области научно-технического сотрудничества / И.Р. Куклина, М.В. Балашова // В кн.: XVI Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн.. Кн. 3. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2016. - С. 619-623.

22. Линтон, Д. Д. От исследовательского проекта к исследовательскому портфелю: адаптация к масштабу и сложности/ Д.Д. Линтон, Н. Вонортас // Форсайт, 2015. Т. 9. - № 2. - С. 38-43

23. Макушина, Е.Ю. Отражают ли законодательно разрешенные способы осуществления венчурных инвестиций на формальных рынках капитала Российской Федерации их экономическую сущность? / Е.Ю. Макушина // Корпоративные финансы, 2016, - № 3. - С 83-99.

24. Медовников Д.С. Кандидаты в чемпионы: средние быстрорастущие компании и программы их поддержки / Д.С. Медовников, С.Д. Розмирович, Т.К. Оганесян// Вопросы экономики, 2016. - № 9. - С. 50-66.

25. Министерство финансов РФ: [официальный сайт]. - Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/>

26. Министерство экономического развития РФ [официальный сайт] - Режим доступа: <http://economy.gov.ru/>

27. Новый маркетинг. - Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2018/03/02/752551-ot-redaktsii#/partner/articles/2018/03/02/752551-ot-redaktsii#!%23%2Fboxes%2F140737493783580>

28. О вхождении Российской Федерации в состав учредителей автономной некоммерческой организации «Цифровая экономика», утверждена распоряжением Правительства от 14 марта 2018 года №421-п <http://government.ru/docs/31755/>

29. Правительство РФ [официальный сайт]. - Режим доступа: <http://government.ru/>

30. Прогноз научно-технологического развития РФ на период до 2030 года - Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/41d4b737638b91da2184.pdf>

31. Программа правительства РФ «Цифровая экономика Российской Федерации», утверждена распоряжением Правительства от 28 июля 2017 года №1632-п. - Режим доступа: <http://government.ru/>

32. Фонд развития инновационного центра Сколково. - Режим доступа: <http://sk.ru/>

33. Фонд содействия инновациям - Режим доступа: <http://fasie.ru/>
34. Форсайт - научный журнал открытого доступа - Режим доступа: <https://foresight-journal.hse.ru/>
35. ФРИИ - фонд развития интернет-инициатив. - Режим доступа: <http://www.iidf.ru/>
36. ЦБ Российской Федерации: [официальный сайт]. - Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>
37. Широкова, Г. Предпринимательская ориентация российских фирм: роль внешней среды / Г. Широкова, К. Богатырева, Т. Беляева // Форсайт, 2015. Т. 9. - № 3, - С. 6-26.
38. Экономический журнал Высшей школы экономики - Режим доступа: <https://ej.hse.ru/>