

созданию условий для генерации новых идей и технологий. Однако для достижения устойчивого роста необходимо преодолеть существующие проблемы, такие как недостаток инвестиций в образование и науку, разрыв между существующими программами образовательных учреждений и требований рынка труда, эмиграция высококвалифицированных специалистов. Только совместными усилиями государства, бизнеса и образовательных учреждений можно создать эффективную экосистему, способствующую развитию человеческого капитала и внедрению инноваций, обеспечивая тем самым устойчивый экономический рост и конкурентоспособность на мировом рынке, что позволит максимально эффективно использовать потенциал человеческого капитала для достижения инновационного прогресса.

Литература

1. Авдеева Д.А. Вклад человеческого капитала в рост российской экономики // Экономический журнал ВШЭ. – 2024. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vklad-chelovecheskogo-kapitala-v-rost-rossiyskoy-ekonomiki>.
2. Байдыбекова, С. К. Управление человеческим капиталом в условиях пандемии и кризиса / С. К. Байдыбекова // Управление. – 2021. – Т. 9, № 1. – С. 61-71. – DOI 10.26425/2309-3633-2021-9-1-61-71. – EDN GTJUIF. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45161599>.
3. Зенков, А. Р. Человеческий капитал в условиях нового технологического уклада: траектории формирования и развития / А. Р. Зенков, И. П. Удовенко // Общественные науки и современность. – 2021. – № 4. – С. 7-19. – DOI 10.31857/S086904990015966-4. – EDN PCMAJM. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46582616>.
4. Мищенко, А. В. Проблемы обеспечения прогрессивной динамики развития человеческого капитала в условиях цифровизации / А. В. Мищенко, Т. С. Колмыкова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2021. – Т. 11, № 3. – С. 159-169. – EDN KKQREA. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46374627>.

УДК 332

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ТАРГЕТИРОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ПЛАНОВЫХ ОРИЕНТИРОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Н.Ф. Сивцова,

г. Белгород, Россия

Белгородский государственный

национальный исследовательский университет

Совершенствование процесса регионального стратегического планирования позволяет актуализировать вопросы, связанные с разработкой долгосрочных региональных стратегий социально-экономического развития и формированием региональных целей. В данной статье рассматриваются инструментарий практической реализации таргетирования регионального развития. Вклад данной работы определяется выявлением роли таргетинга в системе стратегического планирования территориального развития.

Ключевые слова: региональное развитие, региональное стратегическое планирование, таргетирование, целевые установки, альтернативные плановые ориентиры

TOOLS FOR TARGETING ALTERNATIVE PLANNED TARGETS FOR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIES

N.F. Sivtsova,
Belgorod, Russia
Belgorod State
National Research University

Improving the process of regional strategic planning makes it possible to update issues related to the development of long-term regional strategies for socio-economic development and the formation of regional goals. This article discusses the tools for the practical implementation of targeting regional development. The contribution of this work is determined by the identification of the role of targeting in the system of strategic planning of territorial development.

Keywords: regional development, regional strategic planning, targeting, target settings, alternative planning guidelines

Стратегии таргетирования должны соответствовать существующему уровню инфраструктуры (логистике, человеческим ресурсам, институциональной сфере) и региону. При их разработке следует учитывать политические, финансовые, культурные и технические ограничения. Выбор наилучшей стратегии позиционирования зависит от типа рассматриваемого программы. Следует помнить, что простых правил выбора подходящего метода таргетирования не существует. Поэтому для повышения общей эффективности таргетинга часто используются комбинированные методы.

Таргетирование – это многоэтапный процесс, в ходе которого необходимо определить долгосрочные стратегические и тактические цели, их планируемые показатели и промежуточные ключевые показатели эффективности (KPI), позволяющие оценить альтернативные варианты достижения целей. Эти ключевые показатели эффективности основаны на одном или нескольких индикаторах, определенных для целей таргетирования. Таким образом, таргетинг основан на эффективном «освоении ресурсов».

Таргетирование социально-экономического развития территорий на основе индикаторов требуют сбора и анализа данных по целевым показателям, которые считаются наиболее объективными и репрезентативными показателями среди определенных критериев отбора. Таргетирование основано на использовании объективных показателей, поэтому считается относительно беспристрастным инструментом определения условий приемлемости к целевым установкам в различных регионах [4]. При этом шаги таргетирования социально-экономического развития стали более формализованными (рис. 1).

После определения последовательности этапов таргетирования требует рассмотрения следующих дополнительных задач:

- определение индикаторов, которые лучше всего выражают целевые ориентиры;
- разработка методов сбора данных или выборочной сортировки, которые помогут идентифицировать эффективность достижимости целевых установок;
- определение критериев выхода, чтобы определить момент, когда достигнут ожидаемых преимуществ от конкретного вмешательства;
- определение правил распределения ресурсов на каждом этапе реализации макроэкономического таргетирования;
- определение критериев приемлемости на каждом уровне макроэкономического таргетирования.

Отметим, что стратегии развития могут, например, охватывать целую территориально-административную единицу, административные районы или функциональные территории, выходящие за пределы административных границ [6]. Территориальные и местные стратегии развития могут иметь очень разные территориальные масштабы [5], размеры и способы их

определения – каждая из них имеет большое значение для решения проблем в более подходящем территориальном масштабе, способствуя:

- разработки пространственной политики (основанной на пространственных явлениях и пространственных целях), а не стратегий, ограниченных административными ограничениями;

- выявлению взаимозависимостей в пределах региона и соответствующей адаптации государственного управления;

- повышение ценности существующих функциональных отношений пространственной взаимодополняемости и достижение синергетического эффекта;

- определение четких границ стратегической области и достижение адекватных значений целевых установок;

- усиление стратегического потенциала путем содействия более комплексному прочтению возможностей и учета экологических и социальных аспектов развития помимо экономического роста;

- преодоление локальной неэффективности и более эффективное распределение финансирования;

- создание правильных рамок для многоуровневых подходов к управлению и усиление территориального сотрудничества.

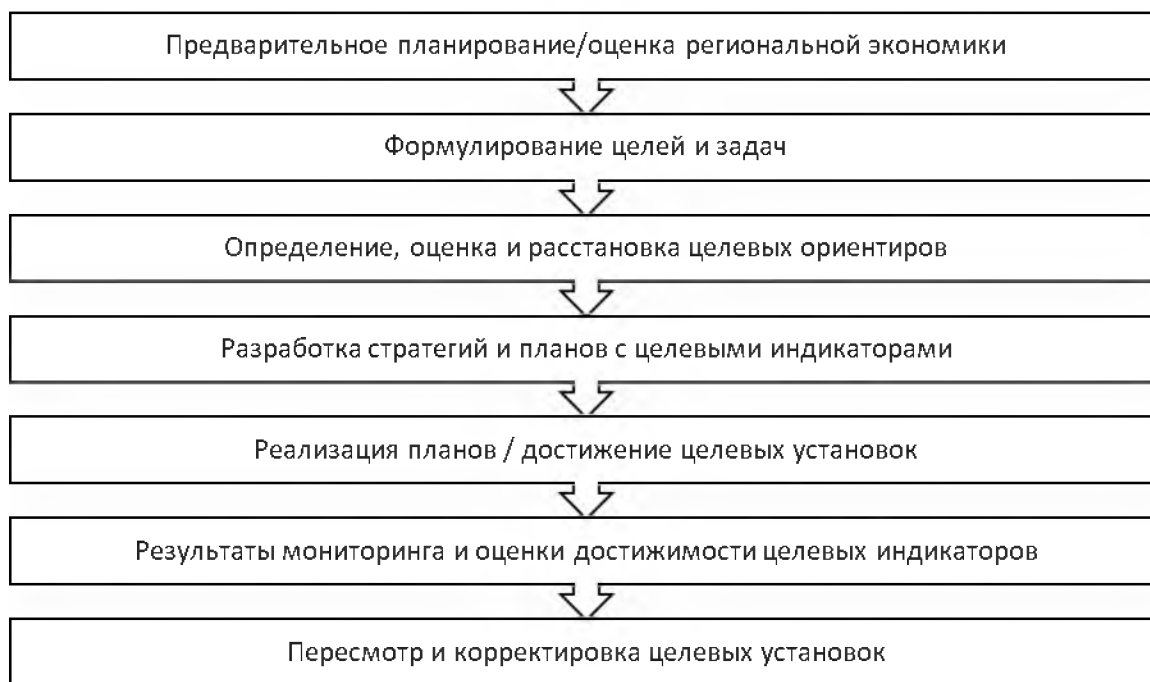


Рис. 1. Основные этапы таргетирования социально-экономического развития территорий
Составлено автором

Проблемы и возможности, рассматриваемые в стратегиях территориального и местного развития, сильно различаются в зависимости от социально-экономических, географических и институциональных характеристик. В то же время сельскохозяйственным районам нет необходимости конкурировать с горнодобывающими или промышленными центрами. Вот почему сравнительный анализ приводит к совершенно иным выводам о местных различиях.

Таким образом, определение соответствующей территориальной направленности процесса таргетирования имеет важное значение поскольку несоответствие задач, которые предстоит решить, возможностям успешная реализация стратегии экономического развития будет поставлена под угрозу.

Однако определение территориального фокуса не всегда простое. Часто оно включает в себя как восходящие, так и нисходящие процессы и является длительным итеративным процессом, информированным обсуждениями целевых индикаторов, основанным на фактических данных анализа текущей ситуации. Более того, разнообразие административных единиц – от строго централизованных субъектов до децентрализованных муниципалитетов, размер местных и промежуточных органов власти и их отношение к сотрудничеству – дополнительные характеристики, влияющие на выбор территориального фокуса. В этой связи полезно, особенно когда стратегии затрагивают более крупные территории, различать стратегическую область, которая относится к сфере охвата и масштабу общих стратегических целей, и области вмешательства. Различные области вмешательства могут разрабатываться и пересматриваться с течением времени в более стабильных границах стратегии и в рамках периода таргетирования.

Таргетирование, как и экономическое прогнозирование могут показать, как данный тип развития приведет к дополнительным эффектам. Однако большинство экономистов понимают, что некоторые из полученных результатов могут быть неверными, поскольку модели экономического прогнозирования обычно не предполагают изменения факторов конкурентоспособности, которые могут улучшить качество, что напрямую повлияет на дальнейшие результаты развития.

Проблема зависимости таргетирования от экономических прогнозов заключается в том, что они могут привести к пессимистичному взгляду на будущие перспективы экономического развития и неправильным приоритетам в целевых установках. Чтобы избежать подобных ситуаций следует учитывать предварительную комплексную оценку состояния экономики.

Как отмечается в научной литературе по экономическому развитию, основными инструментами, составляющими отправную точку для анализа экономической базы, являются SWOT-анализ регионального развития (преимущества и недостатки, возможности и угрозы), анализ структуры экономической деятельности, а также анализ резервов территориального развития [1].

Эти методы не сложны по своей сути, основные трудности могут заключаться в:

- сборе данных с надлежащим уровнем детализации;
- проведении правильных сравнений, позволяющих выявить сильные и слабые стороны.

Таргетирование решает проблему сбора информации с самого начала, поскольку в этом процессе учитываются все основные факторы [2]. Таргетинг включает в себя оценку местных сильных и слабых сторон каждого региона, которые обладают потенциалом для дальнейшего роста бизнеса и привлечения инвестиций. Этот набор диагностических процедур выявляет «критические» и «важные» дефекты, которые необходимо устранить, если регион хочет реализовать часть потенциала роста, выявленного в ходе местной оценки.

Основная проблема, препятствующая систематическому анализу возможностей экономического развития региона, заключается в том, что в прошлом было трудно собрать воедино информацию о сравнении конкретного региона с конкурирующим регионом на основе различных факторов конкурентоспособности, которые могут варьироваться от очень конкретных (таких как налоги, ставки, тарифы) до очень расплывчатых (таких как деловой климат и качество жизни). Традиционные экономические модели игнорируют эти факторы и вместо этого фокусируются на более простых для измерения показателях объема производства и издержек бизнеса. Однако настоящие экономисты знают, что такие факторы, как масштаб, качество и доступность, могут стать основой конкурентоспособности территории и оказать существенное влияние на успех экономического развития. Суть проблемы заключается в том, чтобы увязать разрыв в экономических показателях (нереализованные возможности) региона с его недостатками во всех аспектах конкурентоспособности (стоимость, масштаб, качество и доступность). Чтобы определить, какие конкурентные факторы являются препятствиями для роста и

привлечения инвестиций, определение целевых показателей основывается на информации о конкретных отраслях и о том, как эти отрасли реагируют на изменения в экономической среде функционирования.

Таргетирование исходит из того, что происходящие процессы должны соответствовать пороговым значениям по некоторым факторам, чтобы сделать их экономически жизнеспособными в данном регионе [4]. Дополнительные элементы информационной базы включают базовые прогнозы роста, которые необходимо преодолеть, чтобы эффективно стимулировать деловую активность на региональном уровне.

Вооружившись этой диагностикой, таргетинг определяет отраслевые цели с наибольшими возможностями для прямого привлечения инвестиций, масштабы потенциально достижимого роста и факторы, которые необходимо учитывать для достижения этих результатов.

Априорный анализ при постановке целей показывает, как свести к минимуму или преодолеть некоторые препятствия на пути роста и привлечения инвестиций с помощью планов и проектов экономического развития в регионе.

Используя информацию о факторах социально-экономического роста региона, таргетинг может определить потенциальное воздействие предлагаемой стратегии и дать оценку масштабов результирующего воздействия на доход или добавленную стоимость. Влияние выражается в виде оценок диапазона, основанных на факторах риска (включая волатильность отрасли и чувствительность к экономическим циклам) [3].

Таким образом, только путем разработки стратегического плана активного стимулирования экономического роста можно достичь целей экономического развития. Как только будут определены потенциальные возможности для дальнейшего роста и привлечения инвестиций, а также для устранения существующих препятствий, местные органы власти должны разработать стратегические планы взаимодействия с другими региональными структурами. Это включает в себя согласованные показатели, а также план действий, охватывающий организационные и финансовые планы по достижению целей, а также применение установленной формы оценки результатов.

Литература

1. Журавлев Д.М., Троценко А.Н., Чаадаев В.К. Методология и инструментарий стратегирования социально-экономического развития региона / Д.М. Журавлев, А.Н. Троценко, В.К. Чаадаев // Экономика промышленности. – 2022. № 15(2). – С. 131-142.
2. Машунин Ю.К., Машунин И.А. Организация управления, моделирование и прогнозирование развития экономики региона / Ю.К. Машунин, И.А. Машунин // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2016. – №1 (45). – Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/4503/>
3. Панкратов П.А. Управление региональными социально-экономическими системами // Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. Том 1. – Курск: Издательство: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2017. – С. 272- 278.
4. Солдатов А.А. Программно-целевое планирование устойчивого развития сельских территорий / А.А. Солдатов // Вестник НГИЭИ. – 2022. – № 8 (135). – С. 104-112.
5. Суховой А.Ф., Голова И.М. Дифференциация стратегий инновационного развития регионов как условие повышения эффективности социально-экономической политики в РФ / А.Ф. Суховой, И.М. Голова // Экономика региона. – 2020. – Т. 16, вып. 4. – С. 1302-1317.
6. Шуськин С.Н., Нестерова Н.В. Стратегическое управление социально-экономическим развитием на уровне региона // Молодежь и инновации: материалы XVIII Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. Чебоксары, 17–18 марта 2022 года. – Чебоксары: Издательство: Чувашский, 2022. – С. 446-449.