

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Е. Е. Кучко

 **СОЦИОЛОГИЯ
ИННОВАЦИЙ**

*Рекомендовано
Учебно-методическим объединением
по гуманитарному образованию
в качестве учебно-методического пособия
для студентов, обучающихся по специальности
1-23 01 05 «Социология»*

МИНСК
БГУ
2013

УДК 316.334:005.591.6(075.8)
ББК 60.56+65-5я73
К95

Рецензенты:
член-корреспондент НАН Беларуси,
доктор социологических наук, профессор *А. Н. Данилов*;
доктор социологических наук, профессор *С. А. Шавель*

Кучко, Е. Е.
К95 Социология инноваций : учеб.-метод. пособие / Е. Е. Кучко. –
Минск : БГУ, 2013. – 183 с.
ISBN 978-985-518-816-3.

Изложены вопросы истории, теории и методологии социологических исследований инновационной деятельности; темы представлены комплексно и последовательно – от возникновения инноватики как отрасли знания до специфики социологического обеспечения инновационной практики.

Для студентов, обучающихся по специальности 1-23 01 05 «Социология».

УДК 316.334:005.591.6(075.8)
ББК 60.56+65-5я73

ISBN 978-985-518-816-3

©Кучко Е. Е., 2013
©БГУ, 2013

ВВЕДЕНИЕ

Теоретическое рассмотрение и практическая реализация инновационных процессов являются в современной науке предметом фундаментального интереса, как для естествознания, так и для гуманитаристики. В связи с этим становление концепции инновационного развития общества и создание национальной инновационной системы могут рассматриваться как приоритетные направления фундаментальных и прикладных исследований. И если с позиции технических и экономических наук эта проблема в определенной степени изучена и дисциплинарно конституирована (что нашло выражение в формировании приоритетных направлений фундаментальных и прикладных исследований, призванных обеспечить устойчивое инновационное развитие в контексте технико-технологической модернизации и экономического роста), то применительно к гуманитарной сфере результаты научных поисков при всей их интенсивности системно не осмыслены и ведутся параллельно в различных концептуальных срезях. В силу этого идея инновационного развития в большинстве случаев остается прерогативой технических и экономических наук, следствием чего является осмысление роли инновационных преобразований в основном в контексте научно-технического прогресса и коммерческой выгоды, что существенно ограничивает возможности самой инновационной деятельности.

Потребность в инновациях — характерная черта развития современного общества, в котором произошли качественные изменения в экономической и технологической сферах, а также в поведении людей как главных участников инновационных процессов. Поэтому и термины «инновация», «инновационный процесс» сегодня нельзя рассматривать только как технологические или экономические, необходимо признать их общесоциальный характер. Инновации являются средством обновления общества на всех уровнях и фактором его развития только при условии системного использования технико-технологических, экономических и социальных ресурсов в их производстве и реализации. Успешность инновационных

процессов в современном обществе во многом предопределяется социокультурной составляющей, обеспечивающей адекватное взаимодействие социальной среды и инноваций.

Соответственно должен принципиально меняться сам подход к осмыслению, изучению и практической реализации инноваций в пользу междисциплинарности и интегративности. Выражением этого является усиление роли социологии в обеспечении инновационной практики.

Социологическая наука соединяет теоретико-методологическое знание в области исследования инновационных процессов с эмпирическими данными, полученными в результате проведения конкретных исследований, обеспечивая единство инновационной теории и практики. Наличие общественной потребности в рассмотрении инновационных феноменов с социологической точки зрения актуализирует значимость их изучения не только на уровне общей, но и на уровне специальной социологической теории — социологии инноваций. Социологизация инновационной проблематики дает возможность изучать специфические социальные связи, имеющие место в реализации инновационных процессов, исследовать социальные предпосылки, условия и факторы их появления и осуществления, а также специфику взаимодействия инновационных процессов с другими социальными процессами.

Такой гносеологический поворот ставит в центр исследовательского внимания разработку методологических оснований социологического изучения инновационных процессов. Это выражается в фиксации проблемного поля изучения инновационной практики с учетом его социальной составляющей, в разработке понятийного аппарата, отражающего сущность и специфику исследуемых реальностей, а также в выявлении тенденций и закономерностей реализации инновационных процессов, в обосновании их классификационно-видового разнообразия, методологических принципов и методов их социологического изучения. Стремление осмыслить инновационные процессы с точки зрения социальной составляющей выводит ученых на необходимость исследования возможностей социологии не только в познании, но и в практическом обеспечении инновационной деятельности с целью повышения ее эффективности. Сказанное выше объективирует новые методологические и практические проблемы, а именно: концептуализацию инновационной проблематики и разработку инновационной методологии с позиции социогуманитарных наук. Их задача — создание научной базы для решения практических проблем, эффективной реализации программ инновационного развития за счет формирования комплексных социальных механизмов инновационной деятельности и минимизации ее издержек посредством разработки новой управленческой стратегии, на-

правленной на производство инноваций на постоянной основе с опорой на научно обоснованную инновационную политику.

В учебно-методическом пособии рассматривается социологическая концептуализация инновационной проблематики, что способствует выявлению методологического единства в осмыслении инновационных процессов, обеспечивает возможность учета и использования социальных условий для воспроизводства инновационных способностей и ресурсов, повышения эффективности инновационного развития. Проблему реализации инновационных процессов необходимо изучать с точки зрения социальной составляющей инновационной деятельности и ее соответствия новому содержанию социального прогресса. Между тем повсеместно наблюдается недостаток специфической социологической информации, обеспечивающей осуществление инновационных преобразований. Поэтому необходимо исследовать возможности социального управления изменениями, формирования инновационной культуры и социальных механизмов инновационной деятельности, повышения уровня инновационной активности и включенности в инновационную практику. Это составляет ядро нашей проблемной ситуации, суть которой заключается в противоречии между общественной потребностью в комплексном и эффективном осуществлении инноваций, их всестороннем социологическом обеспечении, с одной стороны, и недостаточным теоретико-методологическим и методическим обеспечением инновационных процессов и социального управления ими, с другой.

Изначально вопросы сущности и структуры инновационных процессов (начало XX в.) рассматривались в трудах Й. А. Шумпетера и Н. Д. Кондратьева в рамках технико-экономического подхода. Позже научный интерес к техническим инновациям (П. Дракер, Г. Менш, Е. Роджерс и др.) позволил теоретически и эмпирически изучить данный вид преобразований, в некоторых случаях даже с учетом их социальной составляющей (Л. Я. Косалс, Б. Санто, М. Хучек). Однако комплексная методология исследования инновационных процессов так и не сложилась, возможно, из-за отсутствия системности анализа как технико-экономических, так и социальных аспектов их реализации.

В отечественной науке интерес к инновационной проблематике возник намного позже в сравнении с зарубежьем и изначально был связан с исследованием инновационных процессов в контексте научно-технического развития (в 80-е гг. XX в. Н. И. Лапин, А. И. Пригожин) и рыночных отношений (в 90-е гг. XX в. Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец).

Содержание курса «Социология инноваций» обосновано результатами анализа широкого круга литературы, посвященной как общим проблемам возникновения и реализации инноваций, так и специальным

исследованиям, отражающим методологические подходы к изучению инноваций с позиций социологической науки. Для этого был проанализирован целый ряд работ, составивших методологическую базу исследования. Вопрос о роли инноваций в развитии общества рассмотрен в трудах А. С. Ахиезера, И. В. Бестужева-Лады, Т. И. Заславской, В. Л. Иноземцева, В. Ж. Келле, Н. Д. Кондратьева, Б. И. Кретова, А. И. Пригожина, В. Г. Федотовой. Наиболее значительный материал наработан по экономическим аспектам инновационной деятельности (В. И. Громеко, П. Н. Завлин, Г. А. Карюхин, Б. Н. Кузык, Л. Н. Нехорошева, П. Г. Никитенко, Д. М. Степаненко, Л. Ф. Шайбакова, М. Хучек, Ю. В. Яковец). Проблемы инновационного менеджмента и маркетинга исследовались в работах Д. И. Акимова, И. С. Березина, А. Э. Уткина, Р. А. Фатхудинова. Вопросы становления инновационной методологии отражены в работах В. С. Дудченко, И. В. Конева, С. Е. Крючковой, Н. И. Лапина, А. И. Пригожина. Кроме того, были использованы научные разработки, которые позволили определить возможности социологического изучения инновационной теории и практики: Е. М. Бабосова, А. Н. Данилова, И. Ф. Девятко, Б. З. Докторова, С. В. Лапиной, Д. Г. Ротмана, Г. Н. Соколовой, Л. Г. Титаренко, Ж. Т. Тощенко, С. А. Шавеля.

Целью дисциплины «Социология инноваций» является получение знания о методологических основаниях социологического изучения инновационных процессов как важнейшего условия устойчивого развития современного общества. Достижение этой цели в рамках лекционных и семинарских занятий возможно в результате решения следующих задач:

1) осуществление концептуально-методологической реконструкции и интерпретации исследований инноваций в ракурсе становления основных концепций инноватики;

2) установление возможности использования познавательного потенциала социологической науки в области теоретического изучения и практической реализации инновационных процессов;

3) разработка теоретической модели инновационного процесса с позиций социологической науки и выявление ее особенностей;

4) обоснование методологического статуса социологии инноваций как области научного знания и формулирование ее методологических принципов;

5) выявление социальных аспектов менеджмента инноваций и возможностей его воздействия на инновационную практику;

6) определение целей, задач, функций инновационной политики как фактора развития инновационной деятельности с учетом как рыночных, так и социокультурных особенностей, ее конструирования и реализации, а также социологического информационного обеспечения.

Объектом нашего изучения будут выступать инновационные процессы, а предметом — разработка методологических оснований изучения их природы, формирования и функционирования в обществе в контексте социологической науки. Выбор объекта и предмета для обсуждения на лекционных и семинарских занятиях обусловлен отсутствием научно обоснованного социологического подхода к исследованию инновационных процессов и определяется противоречиями гносеологического, онтологического и практического характера в анализе данного феномена.

Полученные в результате изучения дисциплины «Социология инноваций» знания позволят с позиций науки (социологической в том числе) объяснять, изучать и прогнозировать развитие инновационной практики с учетом социальных факторов ее осуществления. Знания, умения и навыки, приобретенные в ходе работы с обозначенным проблемным полем, могут быть использованы в менеджменте, маркетинге, в теории и практике социологических исследований, а также в других дисциплинах и науках, исследующих инновационную проблематику на теоретическом и практическом уровнях.

Пособие содержит как теоретические, так и управленческо-прикладные основы социологии инноваций. Специализация в этой области активно институализируется в последнее время. В том или ином виде ее начинают изучать не только экономисты, социологи и менеджеры, но и представители других профессий и специальностей. На постсоветском пространстве постепенно развивается инновационное образование.

Настоящее учебно-методическое пособие опирается на классические и новейшие теории исследования, на отечественный и зарубежный опыт в области инноватики.

В главе 1 проанализирован процесс развития инновационной теории, представлены этапы становления инноватики, репрезентируется социальная инноватика как отрасль знания, исследованы особенности, социальные механизмы и факторы реализации инновационных процессов.

В главе 2 обоснованы подходы к классификации инноваций и охарактеризованы концептуально-технологические, организационно-управленческие и социальные инновации.

В главе 3 определен статус социологии инноваций как специальной социологической теории, проанализированы ее цели, задачи, функции в изучении инновационной практики, представлен категориальный аппарат этой специальной социологической теории, обоснованы принципы, типы и методы социологического изучения инновационных процессов.

В главе 4 показана роль менеджмента и маркетинга инноваций в повышении эффективности инновационных программ, а также обоснован

статус инновационной политики как фактора инновационного развития и показателя инновационной культуры.

Состояние инновационной сферы во многом определяет будущий статус нашего государства в мировом сообществе. Актуальность исследования инновационных процессов формируется в ответ на потребности практики, поставившей задачу переустройства общества по пути инновационного развития, обозначенного в Концепции национальной инновационной системы Республики Беларусь, Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 годы, Перечне приоритетных направлений фундаментальных и прикладных исследований Республики Беларусь на 2006–2010 годы.

ГЛАВА | ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

1 | КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ

1.1. ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ ТЕОРИИ ИННОВАТИКИ

Феномен инноваций на протяжении долгого времени является весьма привлекательным для теоретиков и практиков. Первые пытаются выявить их природу, описать закономерности и тенденции инновационного развития, показать диалектику традиций и новаций, определить специфику реализации инноваций, сравнить их виды, выяснить причины их внедрения и препятствия к этому. Вторые, порой даже методом проб и ошибок, стараются генерировать и реализовывать инновации любыми путями, стремясь к получению прибыли, достижению приоритетных целей, укреплению позиций относительно перспектив. Историческое развитие показывает, что именно через инновации происходит обновление во всех сферах жизнедеятельности общества. Но тот же исторический опыт позволяет сегодня с уверенностью говорить не только о преимуществах, достигнутых благодаря инновационной деятельности, но и о сопровождающих ее издержках, сложностях и противоречиях.

Осознание и понимание того, что инновационная деятельность не связана только с научно-техническим прогрессом, и касается не только сферы материального производства, и не всегда может быть измерена лишь коммерческими показателями (основным из которых является прибыль), заставили задуматься об иных аспектах инновационной теории и практики и заново поставить вопрос о природе инноваций, специфике их производства и реализации, роли в функционировании общества, возможностях и границах применения. Для решения этих вопросов нами предлагается осуществить историческую реконструкцию формирования научного дискурса изучения инноваций.

Обращение к инновационной проблематике осуществлено *Г. Тардом* в работах «Социальная логика» (1901) [17] и «Социальные законы. Личное творчество среди законов природы и общества» (1906) [18], где в исследовании логики эволюции общества была показана роль инноваций в социальной жизни общества. Приписывая им значение стимулов и индикаторов общественного прогресса, он указал на их связь с культурны-

ми приоритетами общества, обосновал пути и значимость освоения нововведений.

Несмотря на то, что уже с XIX в. на практике все активнее используются новшества (технические, технологические, производственные), систематическое научное изучение этого феномена начинает оформляться только в начале XX в. Начало научного обоснования, анализа и описания инноваций связано с работами *Й. Шумпетера*, который впервые ввел в научный оборот сам термин «инновация». Изучение инноваций *Й. Шумпетером* происходит с позиций технико-экономической парадигмы, а сами инновации трактуются как сугубо коммерческий процесс, средство преодоления экономического спада, источник прибыли [23]. Исследователь в своих работах обосновывает инновационную деятельность как важнейшую функцию предпринимательства, проводит классификацию инноваций, доказывая особую роль радикальных (базисных) инноваций в развитии, объясняет силы инерции и сопротивления инновациям и показывает, что в основе распространения инноваций лежит осознанное предпринимательское решение.

Практически синхронно с *Й. Шумпетером* исследования инновационной проблематики осуществлял русский ученый-экономист *Н. Д. Кондратьев*, который показал, что основу общественного развития составляют крупные (базисные) инновации, влекущие за собой множество вторичных, совершенствующих, используемых до тех пор, пока на смену не придет очередное базисное нововведение, которое откроет новый большой цикл в экономическом развитии [5]. Исследователь в своих работах не использует термин «инновация», но по существу показывает, что в основе развития капиталистического общества лежит динамика крупных новшеств в производстве, отмечает их связь с запросами практики, уровнем развития науки и техники. Фактически русским ученым-экономистом были созданы методологические предпосылки исследования инноваций, в основе которых лежала гипотеза о том, что изменения в науке и технике оказывают мощное воздействие на общество лишь при наличии двух условий: появлении соответствующих (т. е. крупных и адекватных запросам практики) изобретений и открытий и наличии хозяйственных возможностей их применения.

Можно утверждать, что работы *Й. Шумпетера* (1911) и *Н. Д. Кондратьева* (1920–1925) представляли собой не только первую попытку научного оформления теории инноваций, но и стали началом формирования технико-технологической и экономической парадигмы их исследования.

В этот период исследования были осуществлены *П. Сорокиным*, который попытался заложить теорию инноваций в рамках культурной сфе-

ры [15], и *С. Кузнецом*, который ввел термин «эпохальные нововведения» и показал взаимосвязь технологических нововведений с другими [8, с. 110–119].

Динамика научных исследований роли и статуса инноваций стабильно ориентировала на понимание инноваций только как средства экономического роста, преодоления экономического кризиса, технико-технологической модернизации производства. Такая тенденция была очевидной вплоть до 80-х гг. XX в. и нашла отражение как в трудах зарубежных исследователей, так и в работах отечественных специалистов.

За рубежом исследования инновационной проблематики в этот период были связаны с изучением: 1) факторов, препятствующих или способствующих успешной реализации инноваций; 2) межорганизационных связей и взаимодействий в ходе реализации инновации; 3) определенных инновационных ситуаций с набором конкретных переменных. *Е. Роджерс* исследует восприятие инноваций на уровне индивидуального сознания как условие их дальнейшей диффузии; *Дж. А. Аллен* изучает этапы инновационного процесса; *К. Пэвитт*, *В. Уолкер*, *Л. Ульман* проводят классификационный анализ научных нововведений и определяют статус технологических инноваций; *М. Барер* определяет статус инноваций в системе потребностей рынка; *У. Робертс* проводит комплексное исследование нововведений в организации, связанных с осуществлением технико-технологических изменений; *Г. Менш*, изучая статистику инноваций, подчеркивает значение востребованности их обществом для их успешной реализации, его дальнейшего производства и разрабатывает их классификацию. *Б. Твиссом* [19] исследуются технологические нововведения в контексте их экономической перспективности, а также разрабатываются вопросы, связанные с методами управления нововведениями и оценкой коммерческой эффективности инновационных проектов.

Отечественные исследователи-экономисты, *А. Г. Аганбегян*, *Л. С. Бляхман*, *В. С. Раппопорт*, в этот период изучают проблемы нововведений в связи с исследованиями в сфере научно-технического прогресса. Отрицать значимость такого рода исследований нет никаких оснований, поскольку в контексте научно-технического прогресса изучение особенностей технико-технологической реконструкции и экономической динамики производства давало возможность своеобразного мониторинга технических и технологических нововведений и корреляции их наличия с изменениями в экономических показателях.

Благодаря тщательной селекции параметров эффективности таких нововведений и статистики их реализации к 80-м гг. XX в. произошло осознание необходимости их изучения как комплексного процесса, который измеряется множеством показателей не только технико-технологическо-

го и экономического плана, но и социальными показателями в широком смысле этого слова. Встал вопрос об организации и проведении системных исследований, направленных на выявление взаимосвязи инноваций различного уровня сложности, целевой направленности, содержательной наполненности между собой и с социальной средой. Предпринимаются усилия объяснить механизмы взаимоадаптации инноваций и среды их реализации, представить способы интеграции инноваций с элементами социального пространства. Актуальным был также интерес к выходу инновационной проблематики на междисциплинарный уровень.

Первыми прорыв в этом направлении осуществили немецкие исследователи *В. Д. Хартман* и *В. Шток*, которые обосновали связь человеческого фактора, организационной культуры с инновационной деятельностью и положили начало новому этапу научных исследований инновационной практики с позиций различных наук.

В сферу внимания исследователей начинают попадать вопросы, связанные с изучением причин противодействия нововведениям, психологических установок участников инновационных процессов, их мотивации, а также конструирования общей теории инновационного процесса (цикла) в единстве всех его фаз. Особую роль в становлении инновационной теории этого периода сыграли разработки *А. И. Пригожина*, *Б. В. Сазонова*, *Н. И. Лапина*, *В. С. Толстого* [11], осуществлявшиеся во ВНИИ системных исследований под руководством Н. И. Лапина с позиций системно-деятельностного подхода. Исследовательский коллектив работал в сфере изучения проблем реализации и интенсификации нововведений, исследования их видовой специфики, последствий, возможностей диагностики и оценки, а также минимизации противоречий между стадиями инновационных процессов, прежде всего в блоке «наука — производство». Один из основателей отечественной инноватики А. И. Пригожин пишет, что в нашей стране «становление науки о нововведениях за последние годы происходило преимущественно в рамках концепции научно-технического прогресса в целом. Очевидно, что выделение нововведений в относительно самостоятельный предмет изучения началось у нас с исследования социальных последствий автоматизации производства. <...> Надо признать, что специализация в области инноватики состоялась у нас с запозданием. Это было вызвано недостаточным вниманием в прошлом к задачам ускорения научно-технического развития и совершенствования управления» [12, с. 25].

Если на Западе в 70-х гг. XX в. исследования инноваций происходили уже на уровне отрасли науки об инновациях, то в нашей стране к началу 80-х гг. XX в. исследования инноваций только-только начали оформляться в самостоятельное научное направление. Таким образом, преобразо-

вание статуса исследований инноваций в научное направление в отечественной науке происходило с существенным запозданием во времени.

В этот же период достаточно активно начинают разрабатываться вопросы, связанные с методами управления нововведениями и исследованием организационно-управленческих нововведений, изучением социально-психологических основ инновационной деятельности.

Исследования этого периода весьма паллиативны в содержательном и проблемном контексте. Для них характерны тематическая разрозненность, эклектическое сочетание тематических аспектов и целевых установок авторов. Однако нужно признать особую роль именно этих исследований в дальнейшей концептуализации и разработке инновационной теории, особенно для отечественной инноватики. Результаты исследований показали возможность *междисциплинарного* анализа инновационной практики, раскрыли новые перспективы научного поиска, сориентировали на дальнейшее изучение теоретико-методологических и практических проблем инновационного развития.

Таким образом, вторым этапом в формировании научного дискурса инновационной проблематики можно назвать период с начала 80-х до середины 90-х гг. XX в. Этот период, как в зарубежных, так и в отечественных исследованиях, имеет ряд общих черт. К таким чертам относятся:

в о - п е р в ы х, интенция на изучение конкретных нововведений в различных сферах социальной жизнедеятельности;

в о - в т о р ы х, установка на комплексное исследование инновационной сферы с учетом системы факторов, прямо или косвенно влияющих на инновационную деятельность, что позволяло объяснить сам механизм инновационной деятельности;

в - т р е т ь и х, ориентир на междисциплинарный анализ проблем инноватики.

Необходимо отметить еще одно достижение в разработке теории инноваций, характерное для этого периода — появление множества обучающих программ (тренингов, семинаров и прочих мероприятий) для участников инновационной деятельности на уровне конкретных предприятий, фирм и организаций. Эти программы носили прикладной характер и предусматривали консультирование инновационной деятельности в конкретных ситуациях на конкретных объектах. Они были ориентированы на усвоение реципиентами нововведений правил их реализации и использования. В качестве методов работы с руководителями и персоналом организации в целях формирования поведенческих установок и практических навыков в ситуации инновационных преобразований использовались «мозговые штурмы», «синектика Гордона». В традиции зарубежной социологии (в частности, американской) такие тренинги основывались

на усвоении конкретных императивов, советов, имели рецептурный и профилирующий характер. В отечественной социологии решение проблемы обучения инновационным практикам сводилось к использованию технологий «деловых игр» (в частности, «инновационных игр»), обучающих семинаров информационного характера.

Такая попытка привлечения внимания руководителей и сотрудников фирм и предприятий к возможностям инновационных преобразований в производственной и хозяйственной деятельности преследовала цель научить работать с нововведениями и сориентировать на инновационный стиль профессиональной деятельности через рекламу всех его возможностей и преимуществ. Так зарождалась *система инновационного образования*, которая прежде всего была адресована пользователям и исполнителям нововведений и ставила задачу объяснить цели и особенности инновационных изменений, научить адаптироваться к инновационной среде и максимально использовать преимущества конкретных нововведений, а также эффективно реализовывать новшества и генерировать их. Обучение азам инновационного поведения и мышления имело большое значение для практики реализации инновационной деятельности с точки зрения повышения ее результативности и эффективности. Именно из этих обучающих программ позже (только в начале 2000-х гг.) вышло целое научное направление, получившее название «консультирование нововведений», которое сегодня является элементом технологии инновационной деятельности и включает в себя такие направления менеджмента, как «*коучинг инноваций*» (тренинги персонала фирм и организаций в ситуации осуществления перемен) и «*чечн-менеджмент*» (управление изменениями в организациях).

Спецификой этого же периода для отечественных исследователей являлось еще и то, что активно изменяющаяся в результате политических и экономических преобразований жизнь в этот период предоставила богатейшую эмпирическую базу для анализа инновационных преобразований в ситуации трансформирующихся обществ. Это, безусловно, пополнило инновационную теорию новыми разработками и послужило базой для дальнейшего теоретико-методологического ее осмысления на новом качественном (да и временном) уровне.

Наконец, третий этап в развитии инноватики охватывает период с середины 90-х гг. XX в. до настоящего времени. Оформление его происходило на основе теоретического переосмысления всех достижений инновационной теории и практики предыдущих лет. В конце 80-х – начале 90-х гг. XX в., во многом под влиянием процессов, связанных с «перестройкой», был приобретен достаточно большой практический опыт (хотя и не всегда позитивный) реализации инноваций в экономической, политической,

культурной и других сферах социальной жизнедеятельности. К тому же в постсоветский период практика естественным путем преподнесла огромное количество ценного эмпирического материала для дальнейшего методологического анализа.

Наличие такого инновационного опыта инспирировало с конца 90-х гг. XX в. исследование новых аспектов инновационной деятельности, в наибольшей степени связанных с выводом их на орбиту своего рода теорий среднего уровня, которые, на наш взгляд, должны быть вписаны в структуру инноватики как отрасли знания, формирующие и обслуживающие инновационную практику.

Появились работы, связанные с исследованием сущности и значения социально-экономических изменений, происходящих под влиянием глобальной трансформации современного общества. Такие изменения являются фундаментом построения новой социальной системы — постэкономического общества, в котором главную роль играют нововведения, творчество (которые, в свою очередь, необходимо тщательно изучать, но не ускорять, не форсировать). Обозначена версия теоретико-методологического изучения общественно-функциональных инноваций (то есть тех, которые относятся к нематериальной сфере) как имеющих принципиальное значение для появления и реализации всех остальных типов инноваций. Ученые в своих исследовательских интересах объективируют реальные практические нужды, связанные с производством и реализацией инноваций, и фиксируют приоритеты познавательной деятельности в этом ключе с учетом запросов практики.

Установка на проведение государственной инновационной политики активизировала исследовательскую деятельность и научный поиск, поставила науку на службу практике. В целом можно констатировать факт создания концепций национальных инновационных систем, которые обозначились в конце 90-х гг. XX в. и до сих пор активно реализуются многими странами, что является еще одной специфической особенностью современного этапа развития инновационной теории.

Анализ современных теоретико-методологических разработок в области инноватики дает основание выделить некоторые проблемы настоящего этапа ее развития:

в о - п е р ы х, по-прежнему доминирует тенденция изучения инновационной практики в рамках экономической парадигмы (отсюда масса исследований, посвященных анализу новых экономических форм, хозяйственной и коммерческой деятельности, технико-технологических преимуществ конкретных производств, и относительно небольшое число исследований, связанных с изучением социальных аспектов инновационной деятельности). Следствием такой тенденции является локальный

и эпизодический характер исследования лишь только некоторых параметров социального фона осуществления инноваций. По-прежнему за кадром остаются вопросы взаимоадаптации нововведений и среды их реализации; изучение потенциала обучающих инновационных программ и тренингов для участников инновационных процессов и пользователей конкретных нововведений; исследование системы управленческого консультирования нововведений; комплексный анализ факторов, особенно социальных, предопределяющих их восприятие и эффективность; разработка системы правового обеспечения инновационной деятельности и многое другое;

во-вторых, все более активно акцентируется необходимость междисциплинарности исследовательских работ в области инноватики. Речь идет не только о социологизации проблемного поля инноватики, что имеет весьма принципиальное значение для мониторинга состояния общественного мнения в отношении инновационных преобразований и уровня инновативности участников инновационной деятельности, диагностики и прогнозирования инновационных процессов. Принципиальным становится проведение комплексных исследований по выявлению социально-культурных, социально-психологических, организационно-управленческих, экономических особенностей, составляющих среду производства и реализации инноваций; исторических, философских, социально-политических, правовых, мировоззренческих аспектов инновационной деятельности; информационно-коммуникативных и статистических параметров, сопровождающих инновационные процессы;

в-третьих, обнаруживается необходимость комплексной проработки теории инноваций и создания общей методологической базы для изучения проблем инноватики на междисциплинарном уровне, конструирования и уточнения категориального аппарата инновационной теории.

Таким образом, актуальным становится создание *междисциплинарной инновационной методологии*, комплексно учитывающей особенности инновационного процесса и всех групп факторов, влияющих на инновационную деятельность. Впервые идея создания инновационной методологии была высказана В. С. Дудченко [3]. Развивая его теорию, можно утверждать, что такая методология позволит представить инноватику в виде междисциплинарного синтеза. Реализация этой задачи дает возможность конструирования комплексной междисциплинарной теории инноваций, достижения терминологического единства в описании инновационных феноменов; обоснования методологических принципов и методов изучения инновационных явлений и процессов. По мнению В. С. Дудченко, инновационная методология носит универсальный характер (чтобы иметь возможность экспликации применения инноваций в различных

сферах) и строится с учетом открытости и нелинейности самого инновационного процесса (чтобы иметь возможность ситуационной коррекции инновационной деятельности). С. Е. Крючкова отмечает ее междисциплинарный характер (иначе придется каждый раз создавать целый веер инновационных методологий в зависимости от сферы их применения и специфики инноваций) [7]. Такой методологический подход ориентирует на комплексный учет системы факторов, влияющих на восприятие и оценку инноваций, а в конечном счете на их реализацию и эффективность. Речь идет не только о факторах, связанных с разработкой механизма собственно осуществления нововведения (его логика, этапность, степень разработанности и др.), но и о группах факторов, определяющих его восприятие и оценку, формирующих определенную позицию по отношению к нему на различных уровнях. Инновационная методология позволяет вести научные исследования и практическое освоение инноваций в постоянно развивающейся среде и неопределенных ситуациях, а также содействует формированию системы базовых принципов конструирования самой инновационной теории.

Таким образом, инновационная методология призвана способствовать:

- ✓ системному теоретико-методологическому осмыслению феномена «инновация» и его дальнейшей концептуализации;
- ✓ становлению методологической и методической базы исследования инноваций;
- ✓ формированию системы планирования инноваций;
- ✓ повышению точности диагностики и прогнозирования инноваций;
- ✓ конструированию социальной статистики инноваций как междисциплинарного знания;
- ✓ разработке системы показателей и индикаторов состояния инновационной деятельности, ее результативности и эффективности;
- ✓ оформлению государственной инновационной политики как стратегии социального развития.

Опираясь на проведенную историческую реконструкцию процесса становления инноватики и формирования научного дискурса, а также учитывая преимущества междисциплинарной инновационной методологии как центральной методологической установки, стратегии познания инновационных процессов, можно определить некоторые возможности и перспективы изучения инновационной практики.

Во - п е р в ы х, целесообразно проводить изучение инновационной проблематики на двух уровнях: *теоретико-методологическом* и *опытно-экспериментальном (практическом)*. Исследования в рамках первого уровня открывают перспективу дальнейшего изучения и конкретизации основ инновационной теории, разработки и уточнения категориального аппа-

рата инноватики и классификационных моделей инноваций, принципов и методов исследования инновационных процессов. Это обеспечит сравнительный анализ подходов к изучению инноваций, типов конкретных нововведений и факторов их реализации. Исследования в рамках второго уровня позволяют проводить эмпирическое изучение особенностей инновационной практики, что обеспечивает систематическое получение социологических и статистических сведений, как о динамике самих инновационных процессов, так и о социальной динамике отношения к ним.

Теоретический уровень научных исследований в области инноватики предполагает осмысление, анализ, объяснение инновационных практик и феноменов с позиций междисциплинарного и трансдисциплинарного подходов. *Междисциплинарный* научно-исследовательский *подход* позволяет изучать проблемное поле инноватики на основе *синтеза* комплекса наук, использующих общие принципы познания (например, с использованием теоретических наработок и исследовательского арсенала либо всех гуманитарных, либо всех технических наук). *Трансдисциплинарный* уровень научных исследований предполагает *симбиоз*, пересечение в научно-исследовательской практике гуманитарного и естественнонаучного знаний. *Комбинирование* же таких исследовательских *подходов* дает возможность не только содержательного, исчерпывающего описания и объяснения инновационных феноменов, но и формирования системы ценностей и культуры инновационной деятельности, способствует развитию инновационной культуры социума, формированию креативного, критического мышления, повышению уровня инновативности социальных систем.

Практический уровень изучения проблемного поля инновационной теории и практики предполагает организацию и проведение эмпирических исследований инновационных феноменов, касающихся различных сторон инновационной деятельности и различных уровней осуществления инновационных процессов с помощью максимального задействования методов социологических исследований.

Объективной реализацией предложенной модели комбинирования междисциплинарного и трансдисциплинарного подходов в изучении инноватики является социологизация инновационной проблематики.

Во - в т о р ы х, необходимо преодоление стереотипа, связанного с пониманием инновационной деятельности только в рамках экономического и технико-технологического подходов, ориентированных на использование и развитие естественнонаучных знаний, что создаст новые возможности как для научного изучения инновационных процессов (обеспечивая полноту и достоверность теории), так и для их эффективной практической реализации. Принципиальное отличие современного этапа мирового развития состоит в том, что не только научно-технический

прогресс предопределяет уровень социально-экономического развития, но и социальный фактор, деятельность в нематериальной сфере, в свою очередь, обеспечивают научно-технический прогресс и экономическое развитие. Игнорирование данного обстоятельства существенно снижает экономический эффект и социальную эффективность научно-технических разработок, а то и вовсе делает невозможной инновационную деятельность. Поэтому становится актуальной смена исследовательских и познавательных акцентов в сфере инновационной теории с использованием возможностей социально-гуманитарных наук.

Сложившаяся в теории и практике инноваций гносеологическая и эмпирическая ситуация требует серьезных технико-технологических разработок и экономических исследований инноваций наряду с комплексными *культурологическими, психологическими, социологическими исследованиями* названных проблем. Реализация такого класса исследований выражает суть междисциплинарного подхода к изучению инновационной деятельности и акцентирует *необходимость паритетного рассмотрения* экономических, технико-технологических и социальных проблем инновационной практики, ориентирует на синхронизацию разработки и осуществления инноваций с запросами и потребностями человека, обеспечивает их взаимoadaptацию и эффективное взаимодействие.

В - т р е т ь и х, исследования инноваций и инновационных процессов можно проводить не только в рамках структуры самой инноватики как науки, но и в режиме охвата инновированного (изменяемого) пространства. Целесообразными являются исследования инновационных процессов и инновационной деятельности на *макроуровне* (когда исследование сфокусировано на изучении динамики инновационных процессов в контексте социального развития, глобального и локального в реализации инновационных изменений), на *среднем уровне*, или так называемом *мезоуровне* (когда исследуется конкретная отрасль, предприятие, организация с точки зрения производства и использования инновационных ресурсов) и на *микроуровне* (когда изучаются качества участников инновационных процессов, их инновационная креативность, адаптивность, перспективность и пр.). Результаты таких исследований создают базу для инновационной диагностики и прогнозирования, составляют основу разработки системы консультирования и управления инновационной деятельностью, позволяют оперативно и ситуационно корректировать инновационную политику, осуществляемую на всех уровнях.

В - ч е т в е р т ы х, успешность в реализации инноваций не определяется только техническими и технологическими показателями. Прогрессивное развитие возможно при одновременном совершенствовании тех-

ники, технологии, управления, культуры, мировоззрения. Следовательно, инновационные изменения, лежащие в основе общественного развития, должны ориентироваться не только на технико-технологические и экономические трансформации, но и на *изменения социальной среды и в социальной среде*. Источником всех инноваций является социальная сфера. Реализация инноваций также происходит только через использование социальных резервов, социального потенциала и в любом случае имеет ярко выраженный социальный эффект (даже если инновации носят технико-технологический характер).

1.2. СОЦИАЛЬНАЯ ИННОВАТИКА КАК ОТРАСЛЬ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

Отличительной чертой современного общества является интенсивность и транзитивность его развития, что проявляется во всех сферах жизнедеятельности. В то же время остаются открытыми множество вопросов, касающихся резервов и возможностей такого развития, причин и механизмов происходящих изменений, а главное — перспектив и направлений дальнейшего движения. Контекст совершающихся изменений требует учета их инновационной составляющей. Сегодня повсеместно говорят об инновационных процессах в развитии техники, технологии, науки, экономики, образования, культуры, управления. Термины «нововведение», «инновация», «новшество», «инноватика» стали типичными маркерами современного этапа общественного развития, а сами инновации — стратегическим ориентиром, средством и формой социально-экономических изменений. В связи с этим современный период исторического развития называют «инновационным обществом», «эпохой инноваций, глубокой трансформации всех сторон жизни общества, определяющих судьбу и облик человечества на ближайшие пару столетий — до следующей эпохи инноваций» [9, с. 12].

Инновации являются элементом реализации основных законов общественного развития, условием его динамичности и выживания, средством интеллектуализации общества, повышения качества жизни и эффективности производства. Доминирующая роль инноваций в процессе развития общественного производства сориентирована, с одной стороны, на углубление и уточнение знаний в сфере инноватики и экспериментики, а с другой — на создание инновационных социальных технологий, имеющих целью эффективное практическое обеспечение инновационной деятельности. Ситуация «инновационного бума» активизировала научно-иссле-

довательскую деятельность в этом направлении, что позволило расширить и конкретизировать не только инновационную теорию, но и практику.

Отличительными особенностями теоретико-методологических исследований инноваций становятся: во-первых, выход при их осмыслении и изучении за рамки технико-технологической и экономической парадигмы, во-вторых, преодоление разрыва между теоретическим и практическим аспектами в инновационной деятельности, а также между социальными ожиданиями, запросами и потребностями в инновационных преобразованиях и реальной оценкой их эффективности со стороны общественного мнения и массового сознания. Осмысление роли социальных резервов в развитии инновационной практики по-новому поставило вопрос о социальном потенциале инновационной деятельности и о соотношении инноваций со спецификой социокультурной среды их появления и реализации. Все это требует переоценки сложившихся подходов и альтернатив в рамках инновационной теории и практики, тщательного изучения проблем инновационной методологии с целью повышения инновационной активности и инновационной восприимчивости социокультурной и экономической среды. Веер таких проблем конкретизируется потребностями самой социальной практики. Через их осмысление происходит акцентуация тех или иных аспектов инновационной деятельности, актуальных как для теоретико-методологического анализа, так и для практического использования, обеспечивая тем самым прямую и обратную связь инициаторов и разработчиков инноваций с их реципиентами.

Стремление к оптимизации инновационных процессов, выражающееся в поиске адекватных механизмов повышения инновационной активности и адаптации к нововведениям, способов их отбора и оценки, синхронизации возможностей и потребностей осуществления инновационной деятельности, ставит на повестку дня решение основных проблем инновационной теории и практики.

Но комплекс таких проблем прежде следует обнаружить. Он выражается в виде противоречий, существующих в теории и практике. Противоречия, объективирующиеся *на уровне теории*, выражаются в отсутствии общепринятой модели описания инноваций и инновационной методологии, следствием чего является преобладание констатационных и описательных выводов, сделанных чаще в рамках технико-технологического и экономического подходов, которые не отражают социальные источники инновационной деятельности, не исследуют движущие силы создания и реализации инноваций на различных уровнях, не объясняют социальные механизмы их осуществления. Противоречия, объективирующиеся *на уровне практики*, являются продолжением теоретических недоработок. Это выражается в том, что на фоне нехватки знаний об особенностях ин-

новационного процесса и факторах, влияющих на его протекание, отсутствуют эффективные формы управления инновационными процессами и ресурсами с учетом особенностей реальных *социальных* отношений и специфики объективной *социокультурной среды*, которая инициирует появление и реализацию всех видов инновационной деятельности во всех сферах социальной жизни, включая технико-технологическую и экономическую.

Поэтому на первый план выходят социальные проблемы инноватики как отрасли знания. Следствием этого должно стать переосмысление статуса самой инноватики в системе других наук и ее задач в контексте актуальных проблем социально-экономического развития общества.

Анализ научно-исследовательской деятельности в сфере инноватики и накопленного в ней практического опыта сегодня позволяет судить об особенностях формирования инновационной теории и тенденциях развития инновационной практики. Отличительной чертой конструирования инновационной теории явилось ее формирование и длительное развитие в рамках технико-технологической и экономической парадигмы, вследствие чего отмечается преобладание коммерческих показателей при оценке ресурсов, потенциала и эффективности инновационной деятельности. Многолетнее доминирование такой исследовательской традиции привело к противоречиям в сфере практической реализации инновационных проектов, связанным с низкой инновационной восприимчивостью и мотивацией; со стремительным характером изменений, опережающих возможности оперативной адаптации людей к ним; с нехваткой управленческих ресурсов в практической реализации инноваций; с непониманием сущности и целей инновационных преобразований на уровне общественного сознания. Это связано с отсутствием инновационной культуры, инновационного сознания, образования и самообразования, правильного понимания сути, целевого назначения и роли инновационных преобразований, а также с отсутствием информации о состоянии общественного мнения относительно инновационных изменений [22, с. 10].

Названные противоречия сегодня требуют переосмысления роли социального фактора и социальной среды в инновационной деятельности и выявляют необходимость ее понимания не только как сферы реализации инноваций, но и как сферы их генерации и производства. Речь идет об изучении специфики «взаимонастройки» социальной среды и инноваций, способах и методах их гармонизации и взаимоадаптации. При этом происходит постепенный поворот от технико-экономического рассмотрения феноменов инновационной деятельности к социальному, то есть «центр тяжести» проблемы смещается на человеческий фактор, социаль-

ные обстоятельства, которые определяют как социально-культурное, так и технико-экономическое развитие.

Диспозиция существующих подходов (технико-экономического и гуманитарного) к описанию и изучению инноваций требует как минимум детализации их функциональной пригодности и применимости, как максимум — их совместимости в направлении интеграции, синтеза с целью оптимизации инновационной деятельности и повышения эффективности реализуемых инновационных проектов. Осуществление такой задачи требует переосмысления статуса современной инноватики в системе других наук, ее роли в общественной практике, детализации круга изучаемых и решаемых ею проблем.

Инноватика как отрасль знания стала формироваться в ответ на требования самой практики, обеспечивающей развитие всех сфер жизнедеятельности через обновление производства, знаний, организаций с помощью нововведений. Эффективность такого обновления существенно повышается, если оно происходит целенаправленно, систематически, с учетом знания особенностей, способов, возможностей и границ инновационной деятельности. Поэтому постепенно нововведения и инновационная деятельность стали объектом самостоятельного изучения во всех промышленно развитых странах. Практика научно-технического прогресса дала импульс инновационным исследованиям, которые постепенно оформились в инновационную теорию, а затем и в направление научной деятельности, связанное с изучением разнообразных инновационных феноменов: возникновения и реализации новшеств, диффузии и рутинизации нововведений, адаптации и сопротивления им, управления инновационной деятельностью и ее мотивации.

Несмотря на почти вековую историю исследования различных типов и форм изменений, осуществляемых в различных сферах современной жизни, формирование инноватики как области знания до сих пор находится в состоянии становления и конкретизации. На формирование науки и ее отраслей влияют социокультурные факторы, но, в свою очередь, и сама наука оказывает влияние на соответствующую эпоху. Поэтому недостаточное теоретико-методологическое обоснование инновационной теории можно объяснить низким уровнем практической востребованности инновационных преобразований на начальных этапах становления инноватики и доминированием узких подходов (сугубо экономического и технико-технологического) в изучении и реализации инновационных программ. Это положение сохраняется до сих пор, что создает немало трудностей как для осмысления инновационных проблем, так и для реализации самих инноваций, минимизации допускаемых при этом социальных издержек.

Очевидно, что инноватика призвана ответить на вопрос о механизмах и средствах развития общества и сфер его жизнедеятельности с позиций науки о нововведениях и инновационных процессах, которые лежат в основе таких механизмов и средств.

На фоне активизации научно-практического интереса к инновационной проблематике оказалось достаточно сложным дифференцировать подходы к пониманию и содержательному наполнению термина «инноватика», определить вариативность взглядов о ее целевом и функциональном назначении. Вероятно, это связано с доминированием фрагментарных, локальных исследований инновационной деятельности в отдельных сферах или с изучением лишь конкретных единичных нововведений. Тем не менее можно представить точку зрения, в соответствии с которой инноватику понимают как «направление научной деятельности, занимающееся разработкой и развитием теоретических основ, научной методологии и методов прогнозирования и создания инноваций, а также методов планирования, организации инновационной деятельности и реализации инноваций» [2, с. 154]. Существуют и другие мнения, согласно которым инноватика — это изучение процессов распространения нововведений, область науки, изучающая различные теории нововведений (формирование новшеств, их распространение, сопротивление нововведениям, приспособление к ним инновационных организаций); «наука о нововведениях, предмет которой — создание, освоение и распространение разного типа новшеств» [12, с. 27]; область знания в экономике и технике, изучающая процесс создания новых знаний, изделий и технологий, их трансформацию в новшества с последующим освоением и использованием при условии их прогрессивности, наукоемкости и конкурентоспособности [10, с. 6–62].

С учетом наработок, имеющихся в инновационной теории, можно определить *инноватику* как комплексную систему знаний о специфических чертах и существенных характеристиках инновационных процессов и явлений, объективирующихся во всех сферах жизнедеятельности, об особенностях их возникновения, проявления и реализации, о принципах и условиях осуществления инновационной деятельности, а также методах ее изучения, прогнозирования и планирования. Инноватика интегрирует существующие теории модернизации и развития, творчества и конструктивизма. Она объединяет философские и культурологические концепции описания общества и трансформации социальных систем, опирается на социологические и социально-психологические подходы к их объяснению, совмещает знания в сфере аксиологии, акмеологии, менеджмента, маркетинга, логистики, консультирования, педагогики, экономики, науки и техники. Теоретическим и методологическим основанием иннова-

тики является методология системного анализа, в основе которой лежит целостное исследование объектов и их поведения. Таким образом, современную инноватику возможно позиционировать как вариант модели междисциплинарного синтеза. Ее проблемное поле составляют вопросы генезиса инновационной теории, формирования и распространения новшеств и новаций, закономерностей их возникновения, внедрения и диффузии, а также планирования и управления инновационной деятельностью. Инноватикой изучаются проблемы методологии и организации инновационной деятельности, ее предметом выступают инновационный процесс и изменения, происходящие в различных сферах социальной жизнедеятельности.

Сегодня инноватика стала особой предметной областью, перспективным направлением научных исследований, связанных с анализом возможностей реализации целенаправленных изменений как механизма и фактора социально-экономического развития посредством креативного обновления, осуществляющегося на всех уровнях и во всех сферах *с обязательным учетом и использованием социальных условий* для воспроизводства инновационных способностей и ресурсов. Инновационные процессы, имеющие место в реальной жизни, выражают суть социальных процессов, являются источником развития общества. В связи с этим актуальной становится *гуманистическая* исследовательская парадигма, обслуживающая проблемное поле современной инноватики, в рамках которой инновации необходимо рассматривать в качестве индикаторов культурного прогресса общества и его стратегического развития, совершенствования общественных, человеческих отношений.

Гуманитаризация инноватики предполагает осуществление систематических исследований проблем инновационной практики комплексом социогуманитарных наук с целью выявления социальных резервов и социального потенциала инновационной деятельности, социальных факторов повышения инновационной активности и восприимчивости. **Гуманизация** инноватики ориентирует на приведение инновационной практики в соответствие с нуждами человека, его потребностями с целью минимизации инновационных рисков и повышения эффективности и результативности инновационной деятельности. Гуманитаризация и гуманизация инноватики выступают актуальными направлениями развития самой инновационной теории, новым этапом и тенденцией в ее дальнейшем формировании, что позволяет говорить о *гуманитарной инноватике*. Определяя приоритет статуса социального фактора в инновационных процессах, гуманитарная инноватика ориентирована на исследование социальных аспектов инновационной деятельности как главных ресурсов дальнейшего инновационного развития, реализующегося во всех сферах обществен-

ной жизни. Можно говорить, что это раздел инноватики, исследующий инновационные феномены с учетом их экологических, этических, психологических, экономических, культурных и других параметров.

Сегодня происходит осознание того, что для дальнейшего эффективного инновационного развития необходима не только экспертная оценка технико-технологических и экономических параметров новшества, но и социогуманитарная его экспертиза, позволяющая определить готовность населения к изменениям и потребность в них, управленческие возможности сопровождения планируемых нововведений и эффективность инновационной политики, социальные факторы и тенденции развития инновационной деятельности и технологии преодоления барьеров в инновационном пространстве. Обеспечение обратной связи между инновациями и средой их реализации и производством осуществляется посредством активного исследовательского включения социогуманитарных наук в изучение феноменов инновационной практики. Необходимости паритетного соучастия в решении и исследовании проблем инноватики технических, экономических и гуманитарных наук начала осознаваться и представителями технико-технологической и экономической парадигмы. Некоторые из них отмечают необходимость сохранения и учета социальных связей, образования, культуры, традиций, национального менталитета в ходе реализации программ инновационного развития.

Усиление влияния и роли гуманитарных наук в исследовании инновационной практики, использование гуманитарных социальных технологий предопределило возникновение *социальной инноватики* как особого раздела, отрасли инноватики.

Социальная инноватика — система знаний о новых методах общественного развития и их распространении (диффузии) в *социальной* среде. Это отрасль, раздел инноватики, в рамках которого происходит изучение генезиса социальных инноваций, их диффузии и внедрения, механизма реализации и влияния на общественные отношения, деятельность, поведение, уровень и качество жизни людей, включенных в инновационный процесс. Сущность социальной инноватики — в познании и интеграции социального подтекста всех наук и сфер деятельности с целью обновления локального и глобального социума.

Социальная инноватика — новое знание, опирающееся на общую теорию инноватики, совокупный опыт мировой науки, на интеллектуальный потенциал цивилизации. Социальная инноватика имеет свое место в системе наук. Являясь также междисциплинарной отраслью, как и сама инноватика, она взаимодействует со всеми науками, изучающими общественное развитие в сфере политики, экономики, культуры, образования, здравоохранения, менеджмента, социального управления, акмеологии.

Появление инноваций в социальной сфере изменяет принципы и формы деятельности, организации общества и программы его развития, а также способы познания и стили мышления. Этим очерчивается проблемное поле социальной инноватики, с учетом которого возможно определить ее предметную область. Итак, предметная область социальной инноватики связана с изучением социальных аспектов инновационной деятельности, а также инновационной составляющей социальных процессов и включает:

- 1) исследование экономических, социальных, политических, культурных, образовательных факторов инновационной активности на микро-, макро- и мезоуровнях;
- 2) изучение социальных механизмов реализации инновационной деятельности и сопротивления ей на индивидуально-психологическом, групповом, организационном и надорганизационном уровнях;
- 3) определение технологий и возможностей диагностики барьеров для инновационной деятельности на различных уровнях;
- 4) конструирование и адаптацию наукоемких инновационных социальных технологий;
- 5) создание моделей социального механизма управления инновациями;
- 6) разработку и конкретизацию инновационной методологии, инновационного метода хозяйствования, инновационных социальных технологий.

Таким образом, целью социальной инноватики является создание концепций антикризисного устойчивого развития общества, основанных на использовании наукоемких инновационных социальных технологий как решающего фактора обеспечения социального, экономического и политического развития.

В силу того что инновации являются фактором не только экономического, но и социального развития, в рамках социальной инноватики *инновация трактуется как социальный феномен*, суть которого — осуществление качественных прогрессивных изменений в различных сферах общественной жизни. Инновация характеризует деятельность групп людей (ученых, изобретателей, предпринимателей, политических деятелей и др.), заинтересованных в продвижении и внедрении новых идей и решений.

Рассматривая инновации как социальный феномен, необходимо концентрировать исследовательское внимание на изучении, с одной стороны, самих социальных нововведений, как особого вида инноваций, а с другой — социальной среды, «фона» осуществления инновационной деятельности во всех сферах и на всех уровнях. Первое акцентирует значимость исследования конкретных типов социальных инноваций, специфики их

осуществления и целевых задач. Второе ориентирует на понимание социальной среды как потенциального источника инновационной активности, как резерва инновационной деятельности, как фактора успешности и результативности инновационных проектов.

Вместе с тем следует учитывать, что сфера исследования социальных аспектов инновационной деятельности и реализации конкретных инноваций реально значительно шире исследования ее технико-технологических и коммерческих параметров. Это объясняется условностью границ различных видов технико-технологических, экономических и социальных инноваций, имманентным присутствием во всех них *социального*, как *по источнику*, так и *по реализации и результату*.

«Судьба» технико-технологических и экономических нововведений определяется социальными факторами (начиная от генерирования идеи новшества до ее реализации и превращения в нововведение), а возможности реализации социальных инноваций и их конкретное содержание обусловлено технико-технологическими, экономическими, социокультурными и не в последнюю очередь политическими параметрами. Кроме того, все технико-технологические инновации всегда имеют социальное измерение «на выходе». Не пытаясь отвечать на философский вопрос, что первично в реализации инновационной деятельности — социальное или технологическое и экономическое, — нужно понимать и принимать, что технологические и технические инновации уже давно являются ремеслом. Главная задача — реализация социальных инноваций с максимальным задействованием социальных механизмов и рычагов инновационной деятельности, так как именно они являются способом активизации технико-технологических и экономических инноваций, способом развития индивидов, коллективов и общества и обеспечивают эффективность инновационной деятельности в целом. В конечном счете именно субъект, человек в сфере экономики, политики, культуры, техники и технологии является главным творцом и исполнителем любого инновационного проекта.

Комплексность функций социальных инноваций объясняется проникновением их результатов во все области социально-экономической деятельности общества, сложностью субъекта их реализации. Причем необходимо отметить, что повышение активности процесса реализации социальных инноваций связано с общим инвестиционным климатом региона, активизацией роли органов власти в инновационной деятельности, разработкой и реализацией системы гибкой инновационной политики, объединением усилий по реализации инновационной стратегии развития на различных уровнях с использованием методов корпоративного (совместного) хозяйствования и корпоративной инноватики.

Для возникновения и успешной реализации социальных инноваций необходимо существование целого ряда условий. Во-первых, возникновение и осознание потребности в новшестве. Во-вторых, функционирование специальных социальных институтов, позволяющих реализовать данную потребность. В-третьих, наличие ресурсов и соответствующей культурной среды. В связи с этим возникает ряд проблем, требующих теоретического изучения и практического решения. К ним относятся проблемы понимания социальной ценности самих инноваций и особенностей субъектов инновационной деятельности, использования возможностей социологического обеспечения инноваций для повышения их эффективности, снятия барьеров инновационной деятельности и минимизации факторов сопротивления инновационным преобразованиям, создания и реализации системы социального стимулирования и мотивации инновационной деятельности, использования кадровых ресурсов, потенциала инновационной инфраструктуры, инновационной политики и управления в процессе осуществления инновационных изменений.

В сферу социальной инноватики на *теоретическом уровне* входит научное исследование, систематизация и концептуально-теоретическое оформление обозначенного проблемного поля с целью создания инновационной методологии и инновационных социальных технологий, систем прогнозирования, диагностики и планирования инноваций, разработки основ управления инновационными проектами и инновационной деятельностью как базы дальнейшего изучения и решения инновационных проблем. *Практический же уровень* включает в себя обращение к прикладным аспектам инновационной деятельности. К ним относятся: разработка и отбор методов инновационной диагностики и прогнозирования, мониторинга и экспертизы инновационной деятельности, консультирование и сопровождение реализации нововведений с целью минимизации практических проблем, возникающих в ходе осуществления инноваций и повышения эффективности инновационной деятельности на конкретном объекте в конкретной сфере. Это достигается через инжиниринг, который представляет собой комплексную инновационную технологию, реализующуюся на всех стадиях инновационного цикла (от появления идеи новшества до ее реализации и тиражирования), и предполагает планирование, прогнозирование, диагностику, маркетинг, менеджмент, консультирование инновационной деятельности. Современные инновационные социальные технологии предполагают обеспечение осуществления инновационной деятельности по реализации конкретных нововведений, вызывающих качественные изменения в различных сферах социальной жизни с целью достижения устойчивого социально-экономического роста.

Очевидно, что социальная инноватика охватывает огромное проблемное поле — от изучения феноменов инициативы и творчества до иссле-

дования особенностей эффективной реализации нововведений. Поэтому логичным будет стремиться к дальнейшей дифференциации знания в сфере социальной инноватики, что связано с существованием психологических, управленческих, экономических, мотивационных, образовательных и других аспектов инновационной деятельности. Такая дифференциация не означает локальности и дискретности познавательной деятельности. Она должна осуществляться с учетом возможности последующей интеграции и взаимодополняемости как на уровне социальной инноватики, так и в рамках общей инновационной теории. Можно утверждать, что в инноватике наметились две одновременно действующие, но принципиально различные тенденции: интеграции и дифференциации знания. *Тенденция дифференциации* выражается в появлении новых направлений инноватики (социология инноваций, психология инноваций, статистика инноваций и др.). *Тенденция интеграции* выражается в постоянном научно-информационном обмене, взаимодействии между различными отраслями инноватики, наличием общей методологической и методической базы.

Сегодня есть смысл говорить и о системе *инновационного образования*, которое выступает самостоятельным фактором формирования инновационной культуры и инновационной активности. Речь идет о необходимости освоения принципов инноватики, и социальной инноватики прежде всего, основных ее достижений через систему образования, повышения квалификации и самообразования, а также подготовку профессиональных специалистов в этой сфере, в том числе и при вузовской подготовке социологов, ориентированных на качественное обеспечение инновационной деятельности в ходе разработки и реализации инновационных проектов.

Таким образом, появление инноватики следует рассматривать как результат развития науки, культуры и практики. Ее можно представить как междисциплинарную методологию системного анализа инновационных процессов и явлений. *Тенденцией современного развития инноватики* как области знания является стремление к ее гуманитаризации и гуманизации, что выводит на первый план необходимость научных исследований и разработок, осуществляемых в рамках социогуманитарных наук. Социальная инноватика является самостоятельной отраслью инноватики, имеет свои уровни исследования (теоретический и практический) и выступает как отрасль знания, учебная дисциплина и практика и может рассматриваться как новый метод хозяйствования, новая теория общественного развития, новый метод решения социальных проблем. Дальнейшее развитие теоретико-методологических основ социальной инноватики будет способствовать решению как теоретических, так и практических проблем, связанных с реализацией инновационных практик.

1.3. ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС: ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ РЕАЛИЗАЦИИ

В современной научной литературе имеются различные подходы к пониманию термина «инновационный процесс», следствием чего явилась терминологическая путаница и отождествление понятий, в том числе центральных, например «инновационный процесс» и «научно-технический (или технический) прогресс». Сложившаяся ситуация затрудняет исследование проблемного поля инноватики, приводя к одностороннему пониманию инновационных процессов в рамках технико-технологического и экономического подходов. Такая позиция оправдывается тем, что научно-технический прогресс предполагает совокупность инновационных процессов, связанных с реализацией технико-технологических нововведений, приводящих к коммерческой выгоде (что, в сущности, отражает логику развития инновационной теории и практики).

Наличие ряда общих признаков, содержательно характеризующих названные понятия, не исключает разницы между ними. Во-первых, сферой реализации инноваций выступает не только хозяйственная жизнь, но и сфера политики, образования, управления, науки и т. д. Во-вторых, сегодня произошел сдвиг исследовательских программ в сторону социальных факторов и термин «инновационный процесс» следует понимать не только как сугубо технико-технологический и экономический, но и как социальный по своей природе процесс.

На самом деле отождествление понятий «инновационный процесс» и «научно-технический прогресс» недопустимо, так как существенно сужается содержательное значение первого из них, что приводит к неадекватности научной интерпретации термина и понимания его практического значения. В случае упоминания научно-технического прогресса подразумевается поступательное развитие науки и техники. Понятие же «инновационный процесс» имеет более широкий содержательный объем, поскольку наряду с появлением нового научно-технического продукта предполагается возможность изменений и социального характера, определяет не только техническую, но и социальную новизну.

Для определения сущностных характеристик инновационных процессов необходимо выбрать базовое понятие. Есть попытка в основу дефиниции положить понятие «новшество». Тогда инновационный процесс определяется как создание, распространение и использование новшества [16]. Но поскольку новшество предполагает получение только материально-вещного результата, без учета социального, такой подход являет-

ся весьма узким. Современная ситуация общественного развития требует учета такой особенности инновационного процесса, как ориентация на удовлетворение хозяйственных, экономических и *социальных* потребностей. В связи с этим опорным понятием в содержательном определении инновационного процесса предлагается считать новацию, т. к. она предполагает получение не только вещных, но и социальных результатов в виде новых форм управления, производства, поведения, обучения, в виде новых видов деятельности, систем ценностей.

Уточняя содержание термина, в рамках данной работы под *инновационным процессом* предлагается понимать целостную *систему мероприятий*, необходимых для подготовки, создания и практической реализации *новаций* технико-технологического, организационного, управленческого, экономического, социального и другого характера, имеющих целью удовлетворение насущных потребностей людей в новых потребительских ценностях как коммерческого, так и некоммерческого характера. Инновационный процесс всегда предполагает *перевод, трансляцию нововведений в систему культурных норм, образцов и ценностей*. Он включает в себя развитие инновационных идей, их распространение и использование результата в виде конкретных инноваций. Инновационные процессы охватывают различные области социальной жизнедеятельности, характер их протекания определяется не только особенностями собственно инновационного процесса, его целевыми установками, но и спецификой сферы реализации.

На основе анализа теоретико-методологических разработок, связанных с исследованием содержательных характеристик инновационных процессов, можно раскрыть сущность инновационных процессов в системе их специфических особенностей, которые в равной степени можно отнести и к самой инновации, которая составляет его сердцевину. К ним относятся:

✓ *открытость* инновационных процессов, что предполагает необходимость постоянной ситуационной коррекции инновационной деятельности в ходе ее осуществления;

✓ *нелинейность* инновационных процессов, т. е. их непредсказуемость, постоянное наличие момента неопределенности в появлении и реализации, что является предпосылкой осуществления различных моделей инновационного развития и плюрализма в инновационной практике;

✓ высокий уровень *динамики* инновационных процессов, что подразумевает постоянное развитие, изменение, совершенствование видов и форм инновационной деятельности, элементов творчества;

✓ *незавершенность* инновационных процессов, т. е. присутствие постоянной интенции на генерацию новшеств, изобретений, проявление

творчества на всех уровнях как фактора и источника саморазвития и самоорганизации общества;

✓ *процессуальность*, что проявляется в существовании особого их «жизненного цикла», в течение которого поэтапно и циклически происходит реализация инновационного процесса;

✓ *альтернативность* инновационных процессов, что предполагает возможность выбора и реализации множества инвариантов инновационного развития;

✓ *вероятностный и рисковый* характер инновационных процессов, что подразумевает высокую степень неопределенности их реализации и эффективности, а также отсутствие гарантий как коммерческого, так и социального успеха;

✓ *разнообразие* способов реализации, форм и сфер объективации инновационной деятельности, источников инициации инноваций и протекания инновационных процессов;

✓ особый *статус субъектов* инновационной деятельности, которые выступают в равной степени и генераторами новшеств, и их реализаторами, и реципиентами, обеспечивая тем самым осуществление конкретной инновации и инновационного развития за счет проявления уровня своей инновационной восприимчивости, активности;

✓ *системность*, что предполагает возможность осуществления инноваций только при условии мобилизации всех видов и форм деятельности на различных уровнях в единый процесс, направленный на реализацию главной инновационной идеи;

✓ *объективность* инновационных процессов, т. е. их детерминированность и обусловленность не только социокультурными, историческими, экономическими, организационными, управленческими, психологическими и другими обстоятельствами и потребностями, но и естественными законами общественного развития.

Названные специфические особенности инновационных процессов ориентируют рассматривать их как процессы креативные, чувствительные к неопределенным ситуациям, динамичные в ходе появления и реализации, а также ориентированные на высокий уровень мотивации участников инновационного процесса и их творческий потенциал.

Инновационный процесс уникален тем, что объединяет в единое целое культуру, науку, технику, технологию, управление, экономику, предпринимательство и представляет собой цепочку последовательных этапов (фаз, стадий), охватывающих широкий диапазон творческой деятельности от момента появления идеи новшества до ее практической реализации и использования.

Осуществление инновационной деятельности и реализация инновационных практик объективировали необходимость их целенаправленности и организованности, что создало предпосылки для структурирования инновационной деятельности — начали предприниматься попытки моделирования инновационных процессов в рамках различных исследовательских парадигм.

Изначально теоретические модели инновационного процесса создавались в рамках экономического подхода и касались инновационных процессов, происходящих в технико-технологической сфере. Поэтому первая такая модель, появившаяся в 50-х гг. XX в., и получила название «технологического толчка» (technology push). Главным принципом ее построения выступала *линейность*: инновационный процесс представлялся как логически последовательная цепочка мероприятий (стадий) от научных исследований и разработок до их реализации в товарной форме и сбыта. Это определило ее второе название — линейная (the linear model). В качестве главного ее преимущества выступает простота реализации, а успех инновации определяется научно-техническим потенциалом и обеспечением строгой последовательной организации ее этапов: 1) фундаментальные и прикладные исследования; 2) опытно-конструкторские работы; 3) производство; 4) реализация. Линейная модель до сих пор не исчерпала своей популярности. Однако практика показала, что реализация далеко не всех нововведений «вписывается» в эту модель, так как названные стадии инновационного процесса не всегда происходят в строго обозначенной последовательности, а порой совпадают и пересекаются. Кроме того, данная модель не учитывает обратных связей между стадиями инновационного процесса и средой его реализации.

В 60-х гг. XX в. была создана модель «рынок — движущая сила» (market need model), главным в которой позиционировался сбыт новой готовой продукции на условиях коммерческой выгоды. Эту модель часто называют «моделью связанной цепи», и в ее структуру добавляется этап диагностики потребностей рынка: 1) потребности рынка; 2) исследования и проектирование; 3) производство; 4) реализация; 5) маркетинг. Импульсом создания инноваций в этом случае являются именно потребности, которые инициируют изобретения и выступают причиной инноваций. Все звенья цепи данной модели взаимодействуют между собой при доминанте актуальных и потенциальных потребностей рынка.

В 70-х гг. XX в. утвердилась «объединяющая модель» (coupling model), разработчиком которой стал *М. Гибсон*. Эта модель выразила симбиоз (объединение первых двух) подходов к пониманию инновационного процесса как линейного, при котором технико-технологические инновации взаимосвязываются с инновациями в области управления, организации,

маркетинга. Техничко-технологические способности и возможности в этой модели неоспоримы и увязываются с потребностями рынка. Сама же модель представлена в виде пяти стадий: 1) идентификация возможностей и шансов на рынке; 2) проектирование нового продукта; 3) тестирование нового продукта; 4) введение нового продукта на рынок; 5) управление продуктом [20, с. 69].

В 80-х гг. XX в. формируется «интегрированная модель» (integrated model), разработанная *П. Бэйо*, в которой акцент рассмотрения инновационного процесса смещается с его последовательно-линейного осуществления к параллельному, когда производство, реализация и использование инновации понимается как единый процесс, основанный на сотрудничестве и координации [4, с. 17–18]. В этой модели очевидна интеграция инновационной деятельности. Уточнением интегрированной модели служит спиральная инновационная модель (spiral innovation process model), разработанная *Ф. Кодама*, где рыночная потребность или технологическое изобретение служит толчком для разработки, производства, перепроектирования новшества [1, с. 60–61].

Представленные модели отражают те изменения, которые происходили в мировой экономике. Сегодня все названные модели подвергаются критическому переосмыслению, осуществляется попытка создать панорамную концепцию инновационного процесса, охватывающую все сферы человеческой деятельности, где создаются и реализуются инновации.

Так, в 90-х гг. XX в. возникает «цепная модель» (the chain-link model of innovation), предложенная *С. Клайном* и *Н. Розенбергом*. Она является попыткой учесть все связи между звеньями инновационного процесса, где важная роль принадлежит науке, которая может существенно влиять на его ход и давать возможность выбора путей развития.

В рамках современной инноватики сложились также синергетические и коэволюционные модели инновационного процесса.

Анализ существующих моделей позволяет сделать вывод, что вместе с развитием технологии и экономики растет роль знаний, науки в инновационном процессе (это выражается в усилении их использования в инновационной деятельности), акцентируется роль *социальной составляющей и культуры* как источника инициативы и среды реализации инновационных процессов.

Для понимания феномена «инновационный процесс» можно представить последовательность этапов его осуществления, обозначив его стадийность, т. е. отразить «жизненный цикл». Различные модели инновационного процесса по-разному описывали очередность его стадий, но во всех без исключения моделях подчеркивается ориентация на конеч-

ный результат, на достижение цели. «Жизненный цикл» инноваций включает поступательную последовательность действий, начиная с процесса создания новшества и заканчивая его активным использованием и рутинизацией. Весь период, который начинается с теоретико-прикладных исследований и включает в себя разработку, освоение, использование, обслуживание инноваций и заканчивается их заменой, является «жизненным циклом» инноваций [2, с. 21]. Необходимо отметить, что понятие «жизненный цикл» используется не только по отношению к инновационному процессу в целом, но и по отношению к новшеству или нововведению. Можно говорить о «жизненном цикле» новшества, о «жизненном цикле» нововведения, равно как и о «жизненном цикле» инновационного процесса.

«Жизненный цикл» новшества (новшество – совокупность новых идей, предложений) включает в себя стадии: разработки, проектирования, изготовления и устаревания. «Жизненный цикл» нововведения имеет стадии: зарождения (поиск новшества), освоения (внедрение на объекте), диффузии (распространение на других объектах), рутинизации (прекращение использования и производства). Диапазоны указанных «жизненных циклов» различны. «Жизненный цикл» новшества может закончиться на стадии использования, если новшество не станет нововведением. В то же время «жизненный цикл» нововведения может начаться и не развиваться, если новшество не достигнет стадии изготовления. Получается, что «жизненный цикл» новшества выражает процесс формирования новшества, а «жизненный цикл» нововведения выражает процесс его применения [13, с. 187].

Названные «жизненные циклы» входят в «жизненный цикл» инновации, который является более сложным, ибо включает в себя новшество, нововведение, а также социокультурные условия реализации этого процесса. Инновации – явления культуры, не имеющие аналогов на предыдущих стадиях развития, но получившие признание и закрепившиеся в деятельности посредством изменения способов, результатов и содержания самой этой деятельности. Выступая формой управляемого общественного развития, они предполагают постоянное взаимодействие множества субъектов и организаций, деятельность которых связана не только с созданием новшеств и их реализацией, но и с их консультированием, прогнозированием, планированием, стимулированием и др. Таким образом, инновационный процесс можно рассматривать как карту эволюции новшества и осуществления нововведения [13, с. 188].

«Жизненный цикл» инноваций можно представить как период времени осуществления инновационного процесса. Это система событий, в которых последовательно реализуется новшество от идеи до получения реаль-

ного продукта, техники, технологии, услуги и массового его распространения и использования в практике с целью удовлетворения социальных потребностей. Основными стадиями «жизненного цикла» инноваций являются стадии: 1) возникновения идеи; 2) разработки идеи и ее реализации; 3) роста и насыщения.

В нашем пособии предлагается синтетическая модель, в которой обобщены имеющиеся теоретико-методологические наработки в этой области. Итак, представляется возможным выделить следующие стадии «жизненного цикла» инноваций:

1) фундаментальных исследований и принципиальных разработок, приводящих к научным открытиям;

2) прикладных исследований, связанных с разработкой и испытанием новшеств;

3) разработки и принятия решений о производстве новшеств;

4) первичного освоения новшеств и получения коммерческих (и социальных) преимуществ от его реализации;

5) диффузии, распространения инновации в различные сферы науки, техники, производства, управления, социальной жизни, ее активного использования;

6) прекращения использования инновации, ее постадийной рутинизации.

Обозначенная модель «жизненного цикла» инноваций подчеркивает роль науки и ее разработок в появлении новшеств, акцентирует экспериментальный (пилотажный, проверочный) период с целью оперативной корректировки созданных разработок с учетом практики, что способствует эффективной организационно-технической и технологической подготовке производства и освоению новшества, его дальнейшему тиражированию (диффузии). *Диффузия* есть процесс не только распространения инновации (ее массовизации). Этот процесс характеризуется расширением области использования новшества, куда вполне могут попадать сферы, в которых инновация не планировалась. На этой стадии новшество теряет свой локальный характер, превращается в нововведение и в инновацию. Диффузия сопровождается качественными изменениями и производителей новшества, и его потребителей. Происходит накопление научно-технического, экономического и социального потенциала инноваций. Постадийная рутинизация предполагает отказ от дальнейшего использования инновации по причине устаревания, исчерпания возможностей, появления альтернативного новшества в связи с появлением новых потребностей, проблем и направленности социально-экономического развития.

Представленная структура «жизненного цикла» инноваций не является однозначно заданной. Она должна варьироваться в зависимости от

типа нововведения и сферы его реализации. Речь идет о том, что каждая инновация имеет свой «жизненный цикл». Включая названные этапы (стадии), она, безусловно, будет задавать условия для их конкретизации с учетом своих особых характеристик и целевого назначения.

Разработка моделей «жизненного цикла» инноваций имеет принципиальное значение. Фиксируя стадийность инновационного процесса, возможно более глубоко и качественно анализировать каждый его этап, четче определять организационно-процедурные составляющие, свойственные каждой стадии инновационного процесса. Определение структуры «жизненного цикла» инноваций исключительно важно в силу того, что она выражает динамику взаимодействия инновационного процесса с различными подсистемами окружающей среды (экономической, культурной, социальной, технической), характеризует уровень развития инновационного процесса и его эффективность. Знание особенностей основных этапов «жизненного цикла» инноваций необходимо для управления инновационными процессами. Качество такого управления во многом зависит от возможности обеспечить своевременное и эффективное прохождение всех стадий «жизненного цикла» инноваций.

Понимание специфики реализации «жизненного цикла» инноваций позволяет не только управлять, но и прогнозировать развитие инновационных процессов, а значит, дает возможность выстраивать стратегию и тактику реализации инновационной деятельности, инновационных проектов и программ.

При этом важно учитывать, что возможности целенаправленного воздействия на инновационный процесс непросты и все-таки ограничены. Ограничения обусловлены спецификой инновационного процесса, а также спецификой используемых методов управления, их потенциалом. Управляя инновационным процессом, необходимо отслеживать разнообразие интересов и ценностей, знаний и опыта, традиций и культуры. Поэтому для реализации инноваций необходимо прежде всего учиться управлять знаниями (об инновационных процессах в том числе), но не как обычным ресурсом, а как процессом, у которого есть своя динамика.

Изучение инновационных процессов ориентирует на принципиальное понимание их специфических особенностей, исходя из чего может строиться их дальнейшее теоретико-методологическое исследование в рамках разнообразных исследовательских подходов, равно как и в рамках различных наук с целью повышения эффективности осуществления инновационной деятельности.

Осмысление инновационного процесса как организованного и целенаправленного поднимает целый пласт проблем, связанных не только с логикой его осуществления, но и с его практической реализацией.

В связи с этим становится важным обращение к таким формам организации инновационных процессов, в которых бы отсутствовала жесткая иерархическая структура, регламентация и контроль. Вместе с тем должны быть учтены все факторы, которые в той или иной степени могут влиять на протекание инновационной деятельности. В целом речь идет о феномене «*способность внедрения*» в широком смысле слова. М. Хучек в качестве критериев оценки способности внедрения предлагает целесообразность и эффективность, технологичность и комплексность подготовки новшества к реализации в рамках конкретного предприятия [20, с. 98–100].

Уточняя и расширяя обозначенный подход, можно утверждать, что *целесообразность* предполагает наличие в инновационной идее, новшестве общесоциального (общественного) смысла по поводу его реализации, общественной поддержки с точки зрения ее пригодности, востребованности, необходимости и ценности для решения каких-либо проблем. *Комплексность* подготовки характеризуется наличием научно обоснованной информации об условиях реализации и использовании инновации, о возможных ее издержках и преимуществах, аргументацией целесообразности и логики реализации. *Технологичность* выражается в способности финансово и технико-технологически реализовать инновационный проект в конкретные временные сроки.

Комплексная оценка указанных параметров предопределяет «судьбу» любой инновации. Получается, что, как и сама инновация в своем создании должна пройти определенные этапы, процесс ее реализации также должен быть подготовлен и организован. Действительно, разработанная новая и привлекательная идея реализуется далеко не всегда. На стадии реализации этот процесс становится сильно зависимым не только от среды реализации, но и от участников инновационной деятельности.

Реализация инновационных процессов не ограничивается оценкой способности внедрения, что в наибольшей степени характеризует свойства самой инновации (то, какие она несет изменения, каковы подходы к ее разработке и реализации, каковы ее свойства для участников инновационного процесса). Она зависит также от системы факторов, характеризующих и определяющих среду реализации инновационных процессов на всех уровнях. Для успешного протекания инновационных процессов важно достижение оптимального соотношения объективных, субъективных и организационных факторов, влияющих как на восприятие, оценку инноваций, так и на их создание и реализацию. Состояние элементов этих групп факторов может стимулировать инновационную деятельность, реализацию инновационного потенциала, и наоборот, создавать барьеры реализации инновационных процессов, тормозить развитие инновационной деятельности.

Группа факторов объективного характера включает в себя следующие основные элементы: 1) культуру; 2) организационные факторы; 3) уровень развития науки, техники и технологии; 4) состояние экономики; 5) международное сотрудничество и конкуренцию; 6) территориальные особенности; 7) существующую систему стимулирования и мотивации инновационной деятельности; 8) последствия уже осуществившихся инноваций; 9) информационные и коммуникационные процессы; 10) особенности национальной инновационной системы и инфраструктуры; 11) специфику инновационной политики; 12) безопасность инноваций.

К особым факторам объективного уровня относится наличие социетально-инновационной структуры. Речь идет о том, что общество может повышать способность к инновационному развитию через создание *национальных инновационных систем и инновационной инфраструктуры* (концепция формирования которых разрабатывается и в Беларуси). Совокупность составляющих общество подсистем влияет на эффективность реализации инновационных процессов, значительно усиливает ее через адекватность структуры вектору инновационного развития, а также социальным, экономическим и культурным особенностям. Важным здесь становится воспроизводство и востребованность высококвалифицированных специалистов и *инновационного человеческого капитала*. Это ставит вопрос о развитии инновационного образования на государственном, общественном уровне как способе трансляции форм инновационного поведения и адаптации к инновационным изменениям.

Учет комплекса объективных факторов, влияющих на процесс восприятия и оценки инноваций, способствует повышению инновационной активности и восприимчивости, действенности инновационной политики.

Система внутренних факторов, влияющих на ход инновационных процессов, включает в себя: 1) половозрастные особенности потенциальных и реальных пользователей; 2) психологические особенности; 3) образовательный уровень; 4) тип мышления; 5) факторы мировоззренческого характера; 6) инновационную диспозицию; 7) уровень инновативности.

Организационные факторы, определяющие отношение к инновациям, действуют в рамках конкретной организации наряду с факторами внешними (объективными) и внутренними (субъективными), являются при этом более узкими по содержанию и включают в себя: 1) социальный статус и престиж организации; 2) структуру организации; 3) стиль и методы управленческой деятельности; 4) интересы и цели коллектива; 5) корпоративную культуру; 6) систему инновационного маркетинга; 7) систему менеджмента инноваций; 8) консалтинг инноваций; 9) инновационную

политику; 10) экономическое положение организации; 11) информационное обеспечение; 12) коммуникативную составляющую; 13) систему стимулирования и поощрения; 14) социально-психологический климат коллектива; 15) технико-технологическое оснащение; 16) характеристики инноваций и инновационных проектов; 17) опыт (последствия) предыдущей инновационной деятельности.

Развитие инновационных процессов происходит во взаимодействии со множеством факторов, детерминирующих их эффективность, наиболее существенными из которых, на наш взгляд, выступают названные объективные, субъективные и организационные факторы, присутствующие во всех сферах и на всех уровнях реализации инновационной деятельности. Диспозиция элементов в системе факторов развития инновационной деятельности и реализации инновационных процессов не только определяет восприятие и оценку инноваций, но и, по сути, задает уровень инновационной включенности социальных агентов в инновационный процесс на всех уровнях, что в конечном счете предопределяет его ход и результат.

Оценка инноваций и результативности инновационных процессов часто оказывается неоднозначной и довольно противоречивой, что вызывает необходимость выяснения их сущности и социальной целенаправленности, в том числе и социологическими методами. Следует заметить, что мнение о нововведении, как основа инновационного поведения, также является весьма динамичным и может изменяться по мере вовлечения субъекта в инновационный процесс. Это связано как с внутренней мотивацией восприятия инноваций, так и с внешней детерминацией деятельности.

Сложности осуществления инновационных процессов связаны с реальными противоречиями, сопровождающими их на протяжении всего «жизненного цикла». Это противоречия между потребностями и возможностями, инновационными ресурсами и хозяйственными результатами и др. Противоречия в реализации инновационных процессов могут иметь разную основу: информационную, технико-технологическую, организационно-управленческую, институциональную. Но в любом случае для всех них характерно очевидное социальное измерение, т. е. личностно-социальное происхождение.

Источниками инновационных процессов выступают научные открытия, новая техника и технология, рыночные силы и потребительский спрос, а также социальная ситуация. Отправной точкой инновации является потребность в ней со стороны общества и изобретательство и интеллектуальная деятельность человека.

Так или иначе, источником инновационных идей и субъектом инновационного процесса является человек. Он реализует новшества, осу-

шествляя инновационную деятельность спонтанно и произвольно или организовано и целенаправленно. Поэтому человеческий капитал становится инновационным потенциалом и ресурсом.

Осознание этого обстоятельства предъявляет новые требования к человеку как участнику инновационных процессов. Эти требования касаются не только уровня интеллектуального и культурного развития, но и *ответственности* за реализацию инновационной деятельности (инновационная ответственность). Она выражается в стремлении к безопасности внедряемых инноваций. **Безопасность инноваций** обеспечивается прогнозированием и предупреждением негативных последствий осуществления инноваций в технико-технологической, экономической и социальной сферах. Социальная безопасность инноваций предполагает предупреждение социальной напряженности и конфликтов, потенциально возможных на различных этапах реализации инновационных процессов в различных сферах. Огромную роль в обеспечении безопасности инноваций могут сыграть социологические исследования проблем инноватики через осуществление мониторинга инновационных ситуаций, общественного мнения и проведение экспертизы.

Безопасность инноваций обеспечивается также соблюдением императивов и ограничений инновационной деятельности. *С. А. Шавель* к таким императивам относит: 1) запрещение инициатив, поддерживающих неправовые и антиобщественные действия; 2) запрещение стимулирования девиантных форм поведения; 3) запрещение новшеств с непросчитанными последствиями; 4) нецелесообразность поддержки стихийных форм поведения [21, с. 53–66].

Понимание роли человеческого фактора в реализации инновационных процессов позволяет рассматривать социальный механизм реализации инновационной деятельности как важнейшее средство регулирования инновационных процессов с учетом социальной структуры, общественных отношений, культуры и потребностей.

Инновационные процессы системны, институционализированы и носят межорганизационный характер, следовательно, успешное их протекание требует сотрудничества множества организаций, отдельных субъектов и государства. При этом главным гарантом их успешности будет социализация инноваций, т. е. *взаимоадаптация инноваций и среды их реализации*. Речь идет именно о *взаимной адаптации: инноваций к социальной среде реализации* (что осуществляется через синхронизацию инноваций с потребностями и ценностями людей), а *социальной среды – к инновациям* (что осуществляется через социализацию человека в системе инновационных изменений).

Таким образом, учет названных особенностей инновационного процесса, а также факторов, влияющих на восприятие и оценку инноваций, позволяет по-новому взглянуть на его сущность, сделать его относительно управляемым за счет неперемennого учета как социальных, так и не социальных факторов его реализации. Эффективная организация инновационного процесса, как на уровне субъектов инновационной деятельности, так и на уровне государства в целом является одной из главных задач. Достижение этой цели будет способствовать стимулированию объективации инновационного потенциала, ускорению инновационного цикла, обеспечению целенаправленности и организованности инновационных процессов, снижению рисков и неопределенности их эффектов.

1.4. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Понимание инноваций как формы управляемого общественного развития предполагает возможность осуществления целенаправленных воздействий на инновационный процесс и инновационную деятельность для обеспечения их оптимизации, рационализации, снижения издержек и повышения эффективности. Реализация такого воздействия, в свою очередь, требует учета целого комплекса факторов и обстоятельств, которые характеризуют и сами инновации (отражают их специфику, структуру этапов реализации, классификационно-видовой статус, целевые установки и функциональные характеристики), и среду их реализации (с учетом самого широкого комплекса ее характеристик). При этом в фокусе особого внимания оказываются *социальные импульсы* инновационной деятельности, составляющие ядро инновационной активности, уровень инновационной восприимчивости и предопределяющие в конечном итоге эффективность инновационных процессов.

С учетом того что в основе инновационных процессов лежит осуществление инновационной деятельности, связанной с реализацией инноваций, в данной работе предлагается рассматривать социальный механизм как фактор оптимизации инновационной деятельности, приводящий к повышению эффективности инновационных процессов.

Реализация инновационных процессов определяется воздействием множества регуляторов, в качестве которых выступает комплекс *социальных институтов*, характерных для данного конкретного общества. Вместе с пониманием влияния социальной среды на осуществление инновационных процессов никак нельзя оставить без внимания самих *субъектов*

инновационной деятельности, которые обеспечивают ее реализацию на разных уровнях и в разных сферах. Таким образом, механизм инновационной деятельности может быть представлен с точки зрения ее реализации на уровне глобальных и локальных факторов, а также субъектов, ее носителей.

Прежде всего необходимо уточнить значение термина «социальный механизм инновационной деятельности», который, в силу сложившейся традиции исследования инновационной проблематики преимущественно с позиций технико-технологического и экономического подходов, чаще всего рассматривается в контексте технико-экономических факторов, обеспечивающих результативность инновационных процессов.

Однако сегодня необходимо понимать, что только экономическими параметрами инновационная деятельность не предопределяется, следовательно, структурно и содержательно понятие «социальный механизм» расширяется за счет включения множества взаимодействующих и иерархизированных условий и факторов, обеспечивающих успех инновационных проектов и программ на различных уровнях. Он включает в себя сложившиеся общественные институты, структуры, организации, общественные отношения и самого человека.

Г. Н. Соколова определяет социальный механизм как самодостаточное средство регулирования общественно значимых отношений, объективирующийся во взаимосвязи и взаимодействии социальных групп, элементов социальной структуры, различных сторон социальных процессов в обществе [14, с. 36–46], а оптимизация взаимодействия факторов социального механизма является условием активизации инновационной деятельности, выступая тем самым социальным механизмом инновационной деятельности.

Социальный механизм инновационной деятельности включает в себя всю систему социальных институтов и связей, влияющих на интересы и отношения людей, степень их устойчивости, формы и содержание социальной деятельности. Причем социальные институты и явления существуют во взаимосвязи и взаимозависимости, чем обеспечивают эффективное функционирование систем. Как явление социальной жизни социальный механизм инновационной деятельности представляет собой совокупность приемов, технологий, способствующих достижению определенных социальных целей и результатов, удовлетворению общественных и индивидуальных потребностей и интересов через расширение границ инновационной деятельности, повышению уровня инновативности.

Социальный механизм позволяет определить детерминанты реализации инновационных процессов, за счет использования которых появляется возможность стимулировать или ограничивать инновационную де-

тельность. Регулируя инновационные процессы, социальный механизм выступает средством решения противоречий, конфликтов, сопровождающих инновационную деятельность. Выбором того или иного социального механизма, характером взаимодействия его составных элементов определяется эффективность функционирования социальных систем, их устойчивость и динамика. На основе осознания структуры социального механизма осуществления инновационных процессов можно осуществлять сознательное управление инновационной деятельностью в соответствии с общественными потребностями. Следовательно, функцией, выполняемой социальным механизмом, является регулирование инновационных процессов, возникающих в ответ на запросы общества.

Социальный механизм инновационной деятельности базируется на исторически сформированных социальных институтах как совокупности социальных и культурных норм, ценностей и образцов, предопределяющих деятельность и поведение людей на индивидуально-личном и общественном уровне в поле инновационной практики.

Совершенно очевидно, что в основе социального механизма инновационной деятельности находятся управленческие решения, учитывающие социально-психологические аспекты участия в инновационных процессах, состояние общественного мнения и общественного сознания, структуру общественных потребностей, исторический опыт и опирающиеся на научное обеспечение инновационной деятельности и приоритеты современной инновационной политики.

Таким образом, *социальный механизм* инновационной деятельности можно представить как систему социальных регуляторов инновационной деятельности, формирующихся под воздействием общественных потребностей в инновациях и способствующих их эффективному удовлетворению. Исходя из этого, социальный механизм регулирования инновационных процессов есть устойчивая структура типов поведения социальных субъектов, осуществляющих инновационную деятельность, определяемых комплексом объективных, субъективных и организационных факторов, на нее воздействующих.

Однако сведение социального механизма инновационной деятельности к системе социальных регуляторов сегодня требует уточнений в связи с серьезными социальными изменениями. Во-первых, стоит вопрос о понятии «социальное регулирование». Во-вторых, возникает задача определения видов социальных регуляторов, а точнее их классификации.

Ключевое значение в описываемом механизме имеет *человеческий фактор*, а его *элементами* выступают общественные институты и организации, общественные отношения и отдельные личности [7, с. 129].

Это значит, что, по сути, социальный механизм регулирования инновационной деятельности носит субъектный характер, т. к. в его основе находится человек. Именно за счет своей социальной активности, деятельности, поведения человек выступает создателем этого механизма, ибо он включен в процесс развития и должен его совершенствовать и регулировать.

Социальное регулирование — сознательное воздействие на ход социальных процессов и социальных изменений, имеющее целью обеспечить устойчивость социальной системы и ее дальнейшее совершенствование и развитие. Такая объективная возможность сознательного регулирования через социальный механизм развития общественных отношений — основа научного управления социально-экономическими процессами.

Социальные регуляторы обеспечивают устойчивость человеческих отношений, соответствие функционирования системы заданным параметрам. Условно принято говорить о внешних и внутренних социальных регуляторах. Внешнее регулирование предполагает наличие управляющего воздействия со стороны, извне управляемой системы. Внутреннее регулирование основано на использовании управляющего воздействия изнутри системы. Кроме того, социальные регуляторы делятся на экономические, политические, моральные, правовые.

Исходя из теоретического анализа имеющихся научных работ, можно представить комплексный классификатор социальных регуляторов инновационной деятельности. В целом их оправданно условно разделить на глобальные и локальные.

К основным *глобальным регуляторам* инновационной деятельности относятся следующие социальные институты:

✓ *право*, с помощью которого официально закрепляются и принимаются порядок стимулирования инновационной активности, система норм осуществления инновационной деятельности, а также ее ограничения; это наиболее важный регулятор инновационной деятельности, так как он опосредует действие всех других регуляторов (экономических, политических, культурных и др.), т. е. носит интегративный характер;

✓ *экономика*, которая определяет место технико-технологических и научных инноваций в системе приоритетов социально-экономического развития страны и управлении экономикой;

✓ *хозяйственный механизм*, который регулирует инновационную активность работников через расширение самостоятельности и ответственности, систему стимулирования и систему планирования;

✓ *наука*, которая через систематизацию и активное использование новейших разработок воздействует на инновационный потенциал страны, его настоящее состояние и перспективное развитие;

✓ **культура**, которая определяет место инновационной активности в системе человеческих ценностей, интересов и потребностей, возможностей самореализации, приобретения социальных престижей и статусов;

✓ **идеология**, которая определяет место инноваций в системе социально-экономического развития и приоритетов развития общества;

✓ **образование**, которое влияет на содержание и качество инновационной деятельности посредством формирования навыков творческого мышления, основ инновационной культуры, профессиональных знаний и умений по реализации инновационных проектов и осуществлению инновационной деятельности.

Все глобальные социальные регуляторы инновационной деятельности взаимосвязаны между собой, образуют систему. Эта система социальных регуляторов меняется вслед за изменениями, происходящими в обществе, в инновационной политике, *через* выработку новых принципов организации и деятельности основных социальных институтов, чьи функции тесно связаны с появлением инноваций.

Локальные регуляторы часто непосредственно связаны с характеристиками субъектов инновационной деятельности. К ним относятся:

✓ **территориальный регулятор**, отражающий близость или удаленность от центра управления;

✓ **производственный регулятор**, определяемый технико-технической оснащенностью и инновационным потенциалом, размером предприятия;

✓ **организационно-управленческий регулятор**, обусловленный особенностями организационной структуры предприятия, степенью централизации управления, стилем руководства и др.;

✓ **социальный регулятор**, который, в узком смысле, отражает особенности трудового коллектива, социальные качества работников, организационное поведение, инновационное сознание, инновационную культуру и пр.

Глобальные и локальные регуляторы находятся в постоянном взаимодействии. Отличие их кроется в том, что глобальные регуляторы определяют в целом темпы инновационных процессов, значения их параметров — количество инноваций, их социально-экономический эффект и др. «Эти регуляторы обуславливают общесистемные ограничения инновационной активности, порождают общие трудности реализации нововведений, с которыми сталкивается большинство новаторов и организаций, когда пытаются их реализовать» [6, с. 84]. Локальные же регуляторы выражают модификацию глобальных параметров на уровне конкретных предприятий и их типов.

Кроме того, действие указанных регуляторов может как *способствовать*, так и *препятствовать* инновационному развитию, выстраивая своеобразные барьеры его реализации.

Таким образом, изучение социальных механизмов инновационной деятельности позволяет выявить способы ее оптимизации, а также причины конфликтов и трудностей в ее реализации, в формировании инновационной активности и трудности в инновационной восприимчивости. Все зависит от принципов построения структуры социальных связей в конкретном социальном механизме. Через регуляцию взаимодействия внутренних и внешних факторов инновационной деятельности можно существенно повлиять на состояние инновационной активности, направление инновационного поведения и инновационную диспозицию личности. Плановое создание и совершенствование социальных механизмов регулирования инновационной деятельности существенно повышает их действенность и эффективность. При этом социальные механизмы всегда формируются под воздействием потребностей общества, как способы их удовлетворения. В нашем случае речь идет о потребности общества в конкретных инновациях или в инновационной деятельности, которая фиксируется социальными институтами, создающими условия для ее удовлетворения.

Препятствия инновационной деятельности, так называемые барьеры ее осуществления, являются свидетельством разрегулированности и неадекватности самих социальных механизмов. Это происходит, например, когда социальными институтами не осуществляется правовое обеспечение инновационной деятельности или система образования не обеспечивает развитие инновационной культуры, инновационного сознания и поведения в ситуации необходимости осуществления инновационных проектов и программ. Такая ситуация приводит к противоречию между реальными потребностями в социальном развитии посредством инноваций и невозможностью эффективно осуществлять инновационную деятельность в силу объективных и субъективных обстоятельств. Таким образом, социальный механизм инновационной деятельности — механизм с обратной связью, что выражается в необходимости взаимонастройки и соответствия этого механизма и объективных социальных условий, приоритетов социального развития.

Итак, цель формирования социального механизма инновационной деятельности — создание благоприятного инновационного климата и повышение уровня инновативности. Достижение обозначенной цели предполагает научное обоснование социального механизма инновационной деятельности, что означает использование механизмов прогнозирования, планирования, проектирования и управления с учетом свойств самих инноваций, среды их реализации, а также *фактора человеческой активности*.

В связи с этим необходимо рассмотреть вопрос о *субъектах инновационной деятельности и инновационных отношений*. В качестве субъектов инновационной деятельности можно выделить группы создателей нов-

шества (генераторов идеи), производителей новшества (реализаторов, практически осуществляющих инновационные решения и воплощающих в жизнь инновационные замыслы), распространителей новшества (тех, кто включен в инновационный процесс на стадии его диффузии). В качестве субъектов инноваций мы можем называть и тех, кто является их пользователем. В данном случае уместным будет классифицировать пользователей по типу инновационной диспозиции (отношения к инновациям), по степени удовлетворенности эффективностью инновации и участию в инновационной деятельности.

По масштабу субъектами инновационной деятельности могут быть как отдельная личность, трудовой коллектив, предприятие, организация, государство, так и общество в целом. Таким образом, субъект инновационной деятельности может быть институционализированным (например, предприятие) и не институционализированным (отдельный человек). В этом случае критерием дифференциации субъекта инноваций выступает факт институционализации. Институционализированные субъекты активно изучаются. В качестве субъектов инновационной деятельности можно назвать и инновационные организации, т. е. те, которые занимаются производством разного рода инноваций, инновационным предпринимательством и представляют инновационный сектор экономики.

Субъектов инноваций на индивидуально-личном уровне принято называть инноваторами. *Инноваторы* — социально активный, творческий и инициативный элемент общества, вносящий в него конструктивную новизну. Инноваторы не только вносят свой вклад в удовлетворение потребностей общества, но и могут способствовать формированию этих потребностей. Это авторы новых идей, разработок, а также их активные реализаторы. К сожалению, социальный состав инноваторов мало изучен, и это обстоятельство может служить основой формирования проблемного исследовательского поля в соответствующей науке. Проведение таких исследований необходимо с целью определения статистических границ этой группы, их социально-демографических и других характеристик, а также мотивации к инновационной деятельности или отношения общества к инноваторам. Необходимо подчеркнуть важность отношения общества к инноваторам как к ценности и главному ресурсу стратегического развития.

Группа «инноваторы» также может быть дифференцирована. В ней можно выделить профессиональных инноваторов и так называемых любителей.

Объектом инновационной деятельности выступает все то, на что направлена деятельность субъектов инноваций. В качестве таковых могут выступать: 1) управленческие решения, принимаемые в различных сфе-

рах социальной жизнедеятельности, связанные с повышением эффективности деятельности и имеющие элементы новизны; 2) новые знания, концептуальные и научные достижения, которые можно использовать в инновационной практике; 3) техника; 4) технологии; 5) продукция (товары, услуги); 6) производственные структуры и деятельность; 7) внепроизводственная сфера деятельности предприятия, организации; 8) социальная сфера.

Субъекты и объекты инновационной деятельности находятся в постоянной взаимосвязи, обеспечивая осуществление инновационной деятельности. Система взаимоотношений возникает и между самими субъектами инновационной деятельности. Эти отношения регулируются системой правовых норм на государственном уровне, а также системой социокультурных регулятивов, обеспечивающих взаимодействие социальных субъектов.

Таким образом, существует связь социальных механизмов инновационной деятельности и потребностей общества, под влиянием которых они формируются. Характер этих потребностей определяется субъектами инновационной деятельности, а именно их инновативностью, которая проявляется на индивидуально-личном, организационном и социальном уровнях и варьируется в зависимости от этапа «жизненного цикла» инновации.

Система социальных регуляторов инновационной деятельности обеспечивает ее развитие через создание благоприятного инновационного климата, призванного снимать барьеры осуществления инновационных практик и оптимизировать адаптацию к изменениям.

Значимость обеспечения инновационного климата через формирование социальных механизмов, стимулирующих инновационную деятельность, требует разработки и реализации научно обоснованной государственной инновационной политики с учетом возможностей социального планирования, прогнозирования и управления.

ВЫВОДЫ

1. Процесс становления инноватики как отрасли знания происходил в три этапа (первый – с начала XX в. до конца 70-х г. XX в.; второй – с 80-х гг. XX в. до середины 90-х гг. XX в.; третий – с середины 90-х гг. XX в. по настоящее время) в ситуации последовательного развития двух альтернативных направлений (первое – технико-технологическое и экономическое, второе – социогуманитарное) с доминированием технико-технологического на первом и втором этапах и их параллельным, невза-

имодельствующим существованием на третьем. В начале третьего этапа начинается происходить дифференциация инноватики, что выразилось в формировании социальной инноватики как ее раздела, в рамках которой происходит изучение специфики инновационных процессов в социальном контексте. В конце третьего этапа наметилась социологизация инновационной проблематики, связанная с возрастанием роли социологической науки в исследовании инновационной практики с целью повышения социальной эффективности и качества инновационных процессов в контексте осуществляемой инновационной политики.

2. Отсутствие паритетного, взаимодополняющего существования технико-экономического и социогуманитарного подходов в изучении инновационных процессов сузило познавательные возможности научных школ, а доминирование коммерческих и технико-технологических показателей оставило за пределами проблемного поля социокультурную компоненту развития инновационных процессов. Обозначенная гносеологическая ситуация требует использовать комплексный междисциплинарный исследовательский подход, предполагающий паритетное сотрудничество на теоретическом и практическом уровнях как технико-технологического и экономического, так и социогуманитарного подходов на основе общей инновационной методологии, что усилит теоретико-методологический, практический и эвристический потенциал инновационной теории.

3. Инновационный процесс неправомерно представлять только как технико-технологический или экономический. Его уникальность состоит в том, что он объединяет в единое целое культуру, технику, экономику, управление, технологию, выступая при этом социальным процессом и по субъекту инициативы, и по субъекту реализации, и по субъекту использования результатов. Особый статус субъектов в инновационных процессах позволяет нам описывать последние как целенаправленные, контролируемые, управляемые и сознательно иницируемые для удовлетворения социальных потребностей и повышения эффективности жизнедеятельности общества. В рамках комбинированного, интегративного подхода инновационный процесс понимается как комплекс мероприятий, связанных с «жизненным циклом» и необходимых для подготовки, создания и реализации новаций с целью удовлетворения социальных потребностей. Его эффективное осуществление зависит от диспозиции факторов, предопределяющих его реализацию, а также от способности взаимной адаптации инновации и среды ее реализации.

4. Социальный механизм инновационной деятельности представляется как система ее социальных регуляторов, формирующихся под воздействием общественных потребностей. Он выступает средством разрешения противоречий в ходе осуществления инновационных процессов,

задает характер их протекания, выполняет функцию их регулирования в соответствии с общественными потребностями. Определяющее значение в социальном механизме инновационной деятельности имеет человеческий фактор, а его элементами выступают социальные институты, общественные отношения и человек.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите этапы формирования теории инноватики.
2. Обоснуйте содержательную специфику каждого из этапов становления инноватики.
3. Опишите подходы, сформировавшиеся в теории инноватики. Обоснуйте эти подходы и поясните их значение в научном осмыслении инновационной практики.
4. Проанализируйте тенденции в развитии инновационной теории и инновационной практики.
5. В чем специфика и преимущества междисциплинарного подхода к исследованию инновационной практики?
6. Назовите уровни научного изучения инновационной проблематики. Охарактеризуйте каждый из них.
7. В чем смысл гуманизации и гуманитаризации инновационной проблематики?
8. Чем обусловлена гуманизация и гуманитаризация исследований инновационной практики? Что это дает для теории и практики инноватики?
9. Дайте определение инноватике как научному направлению.
10. Дайте определение социальной инноватике как научному направлению.
11. Как соотносятся два научных направления: инноватика и социальная инноватика?
12. Определите предметную область социальной инноватики.
13. Назовите подходы к пониманию термина «инновационный процесс» и раскройте их сущность.
14. Дайте определение термину «инновационный процесс».
15. Объясните сущность инновационных процессов.
16. Обоснуйте специфику инновационных процессов.
17. Перечислите и охарактеризуйте модели инновационного процесса.
18. Чем характеризуется «жизненный цикл» инноваций?
19. Назовите этапы «жизненного цикла» инноваций.
20. Какие факторы влияют на реализацию инновационных процессов и их эффективность? Охарактеризуйте эти факторы.

21. С чем связаны сложности в реализации инновационных процессов?
22. Что включает в себя социальный механизм реализации инновационных процессов?
23. В чем смысл социального регулирования инновационных процессов?
24. Перечислите и охарактеризуйте глобальные регуляторы инновационной деятельности.
25. Какую роль играют локальные регуляторы инновационной деятельности?
26. Какие существуют барьеры для осуществления инновационной деятельности?
27. Охарактеризуйте субъектов инновационной деятельности.
28. Назовите объекты инновационной деятельности.
29. Обоснуйте роль инновационной культуры как главного фактора эффективности инновационной практики.
30. Какие пути формирования инновационной культуры вы можете предложить?

Библиографические ссылки

1. *Богдан Н. И.* Региональная инновационная политика. — Новополоцк : ПГУ, 2000. — 355 с.
2. *Гамидов Г. С., Колосов В. Н., Османов Н. О.* Основы инноватики и инновационной деятельности. — СПб. : Политехника, 2000. — 323 с.
3. *Дудченко В. С.* Основы инновационной методологии. — М. : На Воробьевых, 1996. — 68 с.
4. *Карюхин Г. А., Шайбакова Л. Ф.* Инновации, инновационные процессы и методы их стимулирования: сущность и содержание. — СПб. : ИД «Бизнес-пресса», 1995. — 221 с.
5. *Кондратьев Н. Д.* Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения // Избр. тр. — М., 2002. — 765 с.
6. *Косалс Л. Я.* Социальный механизм инновационных процессов. — Новосибирск : Наука, Сиб. отд-ние, 1989. — 287 с.
7. *Крючкова С. Е.* Инновации: философско-методологический анализ. — М. : СТАНКИН, 2000. — 186 с.
8. *Кузнец С.* Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекция // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России. — СПб., 2003. — С. 110–119.
9. *Кузык Б. Н., Яковец Ю. В.* Россия — 2050: стратегия инновационного прорыва. — 2-е изд., доп. — М. : Экономика, 2005. — 624 с.
10. *Марков А. В., Гончаров В. В.* Теоретические аспекты моделирования инновационных процессов в экономике // Общество и экономика. — 2004. — № 3. — С. 85–93.

11. Нововведения в организациях : тр. семинара / Всесоюз. науч. исслед. ин-т систем. исслед. ; Н. И. Лапин [и др.] ; отв. ред. Н. И. Лапин. — М., 1984. — 59 с.
12. *Пригожин А. И.* Нововведения: стимулы и препятствия. — М. : Политиздат, 1989. — 271 с.
13. *Пригожин А. И.* Современная социология организаций. — М. : Наука, 1995. — 206 с.
14. *Соколова Г. Н.* Экономическая социология. — Минск : Навука і тэхніка, 1995. — 255 с.
15. *Сорокин П.* Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / пер. с англ. В. В. Сапова. — СПб. : РХГИ, 2000. — 1056 с.
16. Социальные факторы нововведений в организационных системах : тр. конф., Москва, май 1979 г. / Всесоюз. науч. исслед. ин-т систем. исслед. ; отв. ред. Н. И. Лапин. — М., 1980. — 135 с.
17. *Тард Г.* Социальная логика : пер. с фр. — СПб. : Нева, 1966.
18. *Тард Г.* Социальные законы. Личное творчество среди законов природы и общества : пер. с фр. — М. : Цейтлин ; СПб. : Тип. Ю. Н. Эрлих, 1901. — 491 с.
19. *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями : пер. с англ. / автор предисл. и науч. ред. К. Ф. Пузыня. — М. : Экономика, 1989. — 217 с.
20. *Хучек М.* Инновации на предприятиях и их внедрение. — М. : Луч, 1992. — 147 с.
21. *Шавель С. А.* Императивы и ограничения социальных инноваций // Научные основы идентификации и использования социально-функциональных инноваций / А. В. Марков [и др.] ; под ред. П. Г. Никитенко. — Минск, 2004. — С. 53–66.
22. *Шавель С. А.* Социальные инновации в жизни общества // Наука и инновации. — 2007. — № 4. — С. 10–12.
23. *Шумпетер Й. А.* Теория экономического развития : [пер. с нем. и англ.] / предисл. В. С. Автономова. — М. : Эксмо, 2007. — 861 с.

ГЛАВА 2 | МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ ИННОВАЦИЙ

2.1. ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ИННОВАЦИЙ

Важнейшим компонентом научного теоретико-методологического осмысления инновационных процессов является классификация инноваций. Любую классификацию можно рассматривать как процедуру, сопровождающую познавательную деятельность с целью установления порядка, определения структуры, осуществления систематизации конкретных нововведений. Классификация в данном случае предполагает дифференциацию элементов системы по тем или иным признакам с учетом сходств, различий и взаимосвязей. Вместе с тем классификацию инноваций можно представлять и как результат исследовательской деятельности, свидетельствующий об уровне развития знания в сфере инноватики, приемов и способов познавательной деятельности, а также о существующих «пробелах» в осмыслении инновационной практики.

Таким образом, классификация выступает, с одной стороны, итогом, а с другой — одной из целей познания, что стимулирует дальнейшую познавательную активность и развитие знания.

Структурная и содержательная сложность феномена «инновации» существенно затрудняет проведение процедуры классификации. Кроме того, анализ многочисленных подходов к обоснованию классификаций инноваций свидетельствует о том, что добиться построения универсальной, всеохватывающей и законченной классификации весьма трудно, да и вряд ли возможно, в силу разнообразия и множественности инноваций, высокой динамики их развития и трансформации, а также инвариантности исследовательских подходов к объекту изучения.

Научно-исследовательский поиск и обоснование вариантов дифференциации инноваций ориентируют на селекцию признаков, которые могут быть положены в основу классификационно-видовых матриц и выступать в качестве их критерия. Такой признак должен быть существенным и предполагать возможность выделять наибольшее количество производных. Количество критериев может быть разным и зависит от исследовательских задач. Следует помнить, что даже внутри одного критерия можно

обнаружить большой как количественный (по каждому критерию можно вычленил множество конкретных видов инноваций и их модификаций, объективированных как вид творческой инициативы и имеющих различную целевую установку, специфику осуществления, проявления и результат), так и качественный (что связано с содержательной, смысловой наполненностью самих терминов «инновация», «нововведение», «новое», «новизна») разброс видов инноваций.

Итак, в зависимости от выбранных критериев можно дифференцировать и подходы к классификации инноваций, и сами инновации. Кроме того, следует принять во внимание то обстоятельство, что в рамках разработки теории инноваций сложилась определенная терминологическая путаница: одни исследователи говорят о классификации инноваций, а другие — о классификации нововведений, представляя эти понятия как синонимичные. Поэтому дальнейший анализ обозначенного проблемного поля будет проходить с сохранением тех терминов, которые были использованы авторами-разработчиками.

Сложившиеся подходы к классификации инноваций можно различать *по времени создания* (в этом случае они напрямую связаны с этапами развития инновационной теории) и *месту репрезентации* (в этом случае речь идет о дифференциации исследовательских подходов на отечественные и зарубежные). В силу того что интересы отечественных и зарубежных ученых в сфере инноватики фактически совпадают по исследовательским приоритетам и происходят почти синхронно, есть смысл провести анализ специфики конструирования классификационных моделей инноваций по этапам. В таком случае в соответствии с логикой развития и конституирования самой инноватики как системы знаний можно говорить о попытках дифференциации инноваций с учетом преобладающих исследовательских тенденций в изучении инновационной проблематики.

На этапе оформления инновационной теории (**начало XX в. — конец 70-х гг. XX в.**) классификация инноваций осуществляется в русле доминирующей технико-технологической и экономической парадигмы изучения инновационных проблем, а в качестве критерия классификации называется *уровень научно-технического обеспечения производства*. Первым классификацию инноваций предложил *Й. Шумпетер*, выделив пять основных случаев изменений, которые идентифицируются с нововведениями, предложил пять основных видов нововведений: 1) связанные с использованием новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства; 2) связанные с внедрением продукции с новыми свойствами; 3) связанные с появлением новых рынков сбыта; 4) связанные с использованием нового сырья; 5) связанные с из-

менением в организации производства и его материально-технического обеспечения [24, с. 159–160].

Немецкий исследователь *Г. Мени* дифференцирует нововведения на *базисные*, которые создают основу для формирования новых отраслей или рынков; *улучшающие*, которые имеют вторичный характер и повышают эффективность использования базисных нововведений или расширяют для них рынок; *псевдоинновации*, которые связаны с имитацией форм, функций и имеют мало общего с прогрессом [29].

Таким образом, обозначенные исследователями в этот период виды инноваций в принципе *дифференцировались по критерию экономического эффекта* или их отраслевого происхождения и *отражали исследование инновационных феноменов в ракурсе технико-технологической и экономической парадигмы*, что дало возможность определенным образом повысить эффективность производственных и научно-технических инноваций, их коммерческую выгодность и экономическую рентабельность.

На втором этапе формирования инновационной теории **(с начала 1980-х до середины 1990-х гг.)** объективировался интерес к исследованию конкретных типов инноваций в контексте системы факторов, предопределяющих их появление и реализацию. Поэтому в этот период веер критериев построения классификационных моделей инноваций существенно расширяется и включает не только экономические параметры, но и социальные.

Представители технико-экономического подхода этого времени по-прежнему искали критерии классификации инноваций, подчеркивающие их экономический эффект. Например, *Н. Мончев* по характеру основных операций и видов деятельности выделил: 1) технические нововведения (те, которые обеспечивают технический прогресс и появление на рынке нового, усовершенствованного изделия); 2) научные нововведения (приводят к формированию новых наук или научных направлений); 3) научно-технические нововведения (трансформируют изобретения в социально-экономически значимую продукцию с новыми технико-экономическими показателями) [13, с. 115–127].

Уточняют классификацию инноваций по предметному содержанию *Е. Т. Гребнев* и *В. Е. Хруцкий*, обозначив технико-технологические и социально-экономические нововведения. Первые связаны с изменениями в технологиях и следствием имеют рационализацию производства, создание новой техники, технологии. Вторые связаны с изменениями содержания и условий труда работников и выражаются в организационно-управленческих, технико-организационных и социальных преобразованиях [6, с. 9–14].

Таким образом, исследователями — представителями технико-экономического подхода особое внимание уделяется критерию новизны (радикальности) и предметного содержания. На этом основании выделяют три группы инноваций: *продуктовые* (изменения в продукции сферы материального производства), *технологические* (изменения в технике) и *организационно-управленческие* (трактуемые предельно широко — от внедрения новых организационных систем до управления ими).

Следует отметить активный исследовательский интерес именно к проблемам классификации инноваций на уровне отдельного предприятия на втором этапе развития инноватики. Например, классификацию инноваций на уровне отдельного предприятия исследовал М. Хучек. В качестве классификационных критериев он называет оригинальный характер изменений, степень их сложности, отрасль хозяйства, степень новизны, радиус действия, формы проявления инноваций, социально-психологические условия их осуществления и сферу их проявления. На основе выделенных семи критериев строится классификационно-видовая модель с фиксацией целого веера инноваций по каждому выделенному признаку. *По оригинальности характера изменений* называются оригинальные (творческие) инновации, которые являются своеобразным самостоятельным изделием предприятия, и неоригинальные инновации, которые основаны на подражании и воспроизведении оригинальных. *По степени сложности* обозначены инновации несвязанные, которые созданы одним автором и являются результатом его творческой и имитационной деятельности, и связанные, которые являются результатом труда больших коллективов проектировщиков и исследовательских групп. *По отрасли хозяйства или научной дисциплине*, в рамках которой была разработана инновация, М. Хучек фиксирует инновации, воплощенные в материале (они воплощены в материальной культуре — устройства, машины, а источник их создания — технические и естественные науки), и нематериализованные инновации (они реализуются в системе организационных структур, управления, принятия решений). Учет *степени новизны* дает основание делить инновации на являющиеся новинками: 1) в мировом масштабе; 2) в рамках данной страны или отрасли промышленности; 3) в рамках конкретного предприятия. *По радиусу действия и форме проявления* инновации делят на инновации, внедряемые на предприятии, и инновации, внедряемые вне предприятия. В зависимости *от социально-психологических условий внедрения* выделяются запланированные инновации (если они являются результатом экономического расчета и осознания необходимости их внедрения); незапланированные инновации (если они внедряются стихийно, под влиянием общественного мнения или рекламы,

без длительного предварительного обдумывания и расчета, как результат опыта). *По сфере применения* инновации бывают: технические, технологические, организационные, экономические, общественные [19, с. 23–26].

В этот же период появились попытки классификации инноваций на уровне одной из сфер общественной жизни. Нужно отметить, что классификации подобного рода предлагались в основном специалистами в сфере экономики и гораздо реже — специалистами в сфере организации и управления, образования и педагогики. И все же наметилась позитивная тенденция, связанная с тем, что в работах экономистов появились попытки выхода из своей предметной области на уровень общества в целом.

Наиболее полная классификация нововведений на втором этапе становления научного дискурса инноватики была предложена *А. И. Пригожиным* с позиций системно-деятельностного подхода. В основу систематизации *А. И. Пригожина* были положены следующие основания: тип новшества, инновационный потенциал, отношение нововведения к своему предшественнику, механизм осуществления нововведения и особенности инновационного процесса. В рамках каждого выделенного критерия *А. И. Пригожин* были обозначены дополнительные, частные основания классификации. Итак, *по типу новшества* выделяются материально-технические нововведения и социальные нововведения. Класс материально-технических нововведений составляют технические (связаны с изменением оборудования, приборов) и технологические (предполагают изменение процесса производства) нововведения, а также нововведения в сфере промышленных материалов (связаны с изменением сырья и конечного продукта). Социальные нововведения конкретизируются следующими их видами: экономические (новые системы стимулирования, мотивации, оплаты труда), организационно-управленческие (новые формы организации труда, принятия управленческих решений и контроля хода их выполнения, появление новых организационных структур), социально-управленческие (связаны с изменением внутриколлективных отношений и созданием новых общественных органов), правовые (обусловлены изменением трудового и хозяйственного законодательства), педагогические (новые методы обучения и воспитания). Приведенная классификация базируется на особенностях новшеств по сферам их действия и является основой для целого ряда типологий.

В качестве критерия дифференциации инноваций *А. И. Пригожин* предлагает также «проблемные» признаки, которые имеют оценочный характер и выражают «какое-то значимое противоречие, трудность в инноватике — как в принципе, так и в конкретных условиях народного хозяйства» [15, с. 206]. В соответствии с этим *по инновационному потенциалу* *А. И. Пригожин* классифицирует нововведения на радикальные (или

базовые) — они предполагают использование принципиально новых технологий, методов управления и видов продукции; комбинаторные — сочетание и конструктивное использование различных новшеств; модифицирующие — только улучшение и дополнение имеющегося. *По отношению к своему предшественнику* фиксируются нововведения: 1) замещающие (предполагают полное вытеснение устаревшего средства более эффективным, воспроизводимым другим способом); 2) отменяющие (полное исключение какой-либо операции, не предусматривающее ее замену); 3) возвратные (возврат к предшествующему в результате несостоятельности использования новшества); 4) открывающие (создание средств, не имеющих аналогичных предшественников); 5) ретровведения (воспроизведение на современном уровне давно исчерпавших себя или не использованных в силу различных исторических обстоятельств приборов и материалов). *По критерию особенностей механизма осуществления* нововведений выделены единичные (осуществляемые на одном объекте) и диффузные (распространяемые на многих объектах) нововведения; завершенные (прошедшие все стадии «жизненного цикла») и незавершенные (прекращенные на одной из стадий «жизненного цикла»); успешные (завершенные нововведения, давшие определенный эффект) и неуспешные (не своевременно и не полностью реализованные). *По особенностям инновационного процесса* называются внутриорганизационные (если разработчики нововведения находятся на том же предприятии) и межорганизационные (в случае, когда разработчик представляет организацию, специализирующуюся на разработке инновационных проектов) нововведения [15, с. 32–51].

Подход А. И. Пригожина — попытка найти более широкий спектр оснований классификации, что конкретизирует сам феномен «инновация» и выводит его анализ на прикладной уровень. Однако такая масштабность критериального деления не дает возможности отобрать главные, значимые критерии и по-прежнему мало учитывает вариативность инновационной деятельности в социальной сфере общества.

Следующий **этап** научных исследований инновационной практики **(с середины 1990-х гг. и продолжающийся до сих пор)** связан с активизацией исследований инновационной проблематики с учетом опыта их практической реализации в различных сферах жизнедеятельности общества. С развитием теории и практики инноваций происходит дифференциация их исследований по сферам реализации, то есть формируются отраслевые теории инноваций. Это дает повод для дальнейшей детализации классификационных матриц с учетом имеющихся теоретических разработок и современных достижений инновационной практики.

В рамках технико-экономической парадигмы проводят исследование инновационных процессов и построение моделей их типологизации многие зарубежные и белорусские ученые. Методология описания инноваций в этом случае базируется на международных стандартах, рекомендации по которым были приняты в Осло в 1992 г. и получили название «Руководство Осло». Рассмотрим некоторые из них.

Разнообразные критерии классификации инноваций предложены *Ю. В. Яковцом*. По сфере применения он различает технологические, экологические, организационно-управленческие, институциональные, военные, социально-политические, государственно-правовые инновации и инновации, осуществляемые в духовной сфере. По уровню новизны фиксируются инновации эпохальные, базисные (приводят к коренным преобразованиям в той или иной сфере); улучшающие (направлены на распространение базисных инноваций с учетом ожиданий и требований сфер их применения); псевдоинновации (нацелены на частичное улучшение устаревших систем, имитацию инноваций); антиинновации (приводят к различным формам нестабильности). По сфере распространения репрезентируются инновации: 1) глобальные (приводят к изменениям в различных сферах жизнедеятельности общества в группах стран или мировом сообществе); 2) национальные (происходят в масштабе одной страны); 3) региональные (происходят в рамках региона); 4) локальные (происходят в масштабах города, поселения для удовлетворения его особых нужд); 5) точечные (используются только на одном предприятии) [11; 26].

Инновации как фактор экономического развития рассматривает *Л. Н. Нехорошева* и отмечает, что особое значение в этом ключе имеют технологические инновации, которые она дифференцирует на продукт-инновации (связаны с использованием новых материалов с целью получения новых продуктов) и процессные инновации (связаны с изменениями технологий и организации производства) [14, с. 20–35].

На существование производственных и общественно-функциональных инноваций указывает *А. В. Марков*. К производственным инновациям относятся технические и технологические инновации, а к общественно-функциональным — социальные, политические, экономические, культурные, организационно-управленческие, информационные [12, с. 5]. Предложенный подход очевидно расширяет понимание инновационных феноменов в направлении осознания значимости их социальных аспектов.

Проблему классификации инноваций с позиций социогуманитарного подхода представляет *С. Е. Крючкова*. Она указывает на необходимость выбирать в качестве критерия классификации такой существенный признак, из которого может вытекать максимум производных. И в качестве

такого признака называет *сферу применения (область осуществления)* инноваций. Такой подход, по мнению исследователя, дает возможность комплексного изучения инновационных процессов. С. Е. Крючкова предлагает в качестве элементов классификационной матрицы следующие виды инноваций: 1) концептуальные, или научные (они лежат в основе появления и разработки любых новшеств); 2) технико-технологические (касаются изменений в технике и технологии и приводят к коммерческой выгоде); 3) экономические (это изменения условий хозяйственной деятельности, способов производства); 4) организационно-управленческие (связаны с целенаправленным изменением форм и методов управления); 5) информационные (касаются новых форм использования информационных и коммуникационных ресурсов); 6) социальные (связаны с изменениями внутриорганизационных и межорганизационных отношений, приводящих к появлению новшеств, имеющих социальную значимость и являющихся механизмом обновления взаимоотношений между индивидами, институтами и организациями) [9].

В настоящее время существует множество качественных и количественных критериев классификации инноваций и вариантов классификаций. Основными критериями классификации являются: уровень новизны, степень радикальности, сфера применения, предметное содержание, масштабность, характер использования в производственном процессе, назначение, уровень регуляции управления, источник появления и др. Несмотря на то что классификации инноваций проводятся по различным основаниям, между ними нет противоречий, что обусловлено сущностными характеристиками самих инноваций и их тесной взаимосвязью друг с другом (именно этим можно объяснить тот факт, что одна и та же инновация оказывается в различных типологических группах, а также то, что внутри одного критерия встречаются существенно отличные видовые формы). Следовательно, сложившиеся классификационные системы инноваций соотносятся по принципу *взаимодополнения (как и все виды инноваций находятся во взаимосвязи между собой)*. Это объясняется самой природой инноваций, которые лишь *условно делятся* на технические, экономические и социальные, а в действительности являются комплексным явлением и касаются всех сфер жизнедеятельности, вне зависимости от того, для реализации в какой сфере они предназначались.

Кроме того, следует отметить, что не существует «идеальных» («чистых») типов инноваций, поскольку каждая из них имеет свои аспекты проявления и свои последствия, которые также взаимообуславливают друг друга. Поэтому решить задачу построения «жестких» классификационных моделей инноваций невозможно.

Существенно осложняет классифицирование терминологическая путаница, которая до сих пор имеет место в инновационной теории и выражается в двусмысленности и неопределенности понимания некоторых опорных ее категорий (например, «инновация», «нововведение», «новшество»).

Все эти обстоятельства препятствуют осуществлению процесса перехода от дескриптивных классификаций (которые доминируют в настоящее время в инновационной теории) к классификациям структурным.

Теоретико-методологическое изучение проблем классификации инноваций должно осуществляться: 1) в соответствии с *презумпцией открытости* в построении классификационных систем, что дает возможность постоянной корректировки, уточнения и дополнения сложившихся классификационных моделей с учетом регулярности обновления и динамизма инновационной реальности, а следовательно, инновационной теории и практики; 2) с учетом *комплексности* инновационных процессов; 3) с учетом требований *системности* и *конкретности*.

В связи с этим в качестве основания для классификации выбран главный классификационный признак — *сфера реализации (осуществления) инноваций*. По названному признаку можно выделить три типа инноваций — *концептуальные, организационно-управленческие* и *социальные*, внутри которых также предполагается дальнейшая дифференциация.

2.2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ И ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ

В связи с тем что современная наука превратилась в особый тип производства новых научных знаний, изменились ее функции и в социальной жизни. Получив статус производительной и социальной силы общества, она стала регулировать различные виды человеческой деятельности. Такую регуляцию наука осуществляет через знания, через инновации, по мере использования которых в практике судят об уровне и направлении развития общества в целом. Именно в науке создаются радикальные инновации, которые кардинальным образом способны повлиять на состояние социальной жизнедеятельности. Такого рода инновации ряд исследователей выделяют в особую группу и называют концептуальными [9, с. 71–81], научными [13, с. 118], фундаментальными [26], придавая им тем самым особую значимость.

Значимость эта выражалась в понимании их и как цели, и как результата научной деятельности, и как фактора, обеспечивающего инноваци-

онный потенциал страны, и как объекта управления. Речь идет об инновациях, создаваемых наукой (научных инновациях), а также об умении управлять знаниями с целью оптимизации инновационной деятельности. Взаимосвязь научных исследований и разработок с инновационной деятельностью достаточно обоснованна. Имеет место и отождествление концептуальных инноваций с научно-техническими или технико-технологическими [15, с. 33–51]. Наша задача — обосновать и показать особый статус концептуальных инноваций в осуществлении инновационной деятельности и реализации инновационных проектов.

Фиксация концептуальных инноваций в отдельную группу обусловлена тем, что инновационные процессы в науке представляют собой реализацию творческих идей и поисков ученых. Получив объективацию в различных сферах общественной жизни, они приобретают и социальный, и коммерческий эффект. Как результат интеллектуального труда, концептуальные инновации измеряются в первую очередь технико-технологическими и экономическими показателями, и только затем оценивается их социальная эффективность (с чем, в принципе, можно спорить).

Концептуальные инновации — это научные открытия, которые получили общественное признание, поддержаны системой социокультурных ценностей и общественных потребностей и в силу этого активно распространяются и применяются. Далеко не все научные открытия имеют статус инноваций, так как не находят необходимых исторических условий, в которых бы произошло их признание и принятие (на уровне конкретного ученого сообщества и на уровне общества в целом).

Заявляя нетождественность понятий «концептуальная инновация» и «научное открытие», мы должны уточнить термин «научное нововведение». Н. Мончев исследовал данную проблему и указывал, что научное нововведение — «это процесс переноса, испытания и утверждения одной науки в другую, или же формирование нового научного направления. Иными словами, это процесс, в котором происходит взаимопроникновение и увязка отдельных наук или научных дисциплин» [13, с. 118]. Решение новых проблем может породить новые научные направления и стать предпосылкой реализации научно-технических нововведений. В таком случае есть смысл говорить не о противопоставлении, а о *взаимодополняемости понятий «концептуальная инновация» и «научная»*, которые отличаются друг от друга тем, что *научные инновации целенаправленно локализованы в рамках научной сферы и работают на ее развитие*, это результат «чистой» науки, полученный исследователем в свободном научном поиске. *Концептуальные инновации* имеют несколько иное стратегическое назначение, *ориентированы на достижение социально-экономически значимых целей и потому носят «преднамеренный», планируемый характер*. Именно

преднамеренные открытия и составляют большинство концептуальных инноваций. Такая преднамеренность связана с необходимостью разрешения общественных проблем, обслуживания ситуации, опираясь на научные достижения и рационализм. *П. Друкер* по этому поводу отмечает: «несмотря на то, что источником создания некоторых инноваций являются гениальные озарения, большинство инноваций, получивших широкую известность, обусловлено сознательным поиском инновационных шансов» [28, с. 153].

Итак, *основой концептуальных инноваций являются научные открытия*, которые могут происходить целенаправленно (преднамеренно) или случайно (непреднамеренно). В силу того что инновации нацелены на достижение определенного эффекта и результата, т. е. являются практически ориентированными, можно утверждать, что таковыми должны быть и открытия, составляющие их основу. Так бывает не всегда, но все-таки для концептуальных инноваций важна принципиальная изначальная настроенность на конечный результат, а точнее результативность с точки зрения экономических и социальных показателей. Это является *первой специфической чертой концептуальных инноваций*. Причем обозначенная особенность никак не должна создавать иллюзии возможности жесткого управления научно-исследовательской деятельностью с целью ее подчинения запросам инновационной практики. Гибкость, коллегиальность, минимальная регламентированность, использование механизмов мотивации и широкое задействование культуры как средства управления в сфере науки делают научную деятельность продуктивной и инновационной по результатам.

Спецификой концептуальных инноваций также являются: их «встроенность» в «жизненный цикл» инновации, имманентное присутствие в нем, что определяет ход его реализации; наличие особенностей собственного генезиса и осуществления; объективация на выходе не только коммерческого эффекта, но и политического, правового, образовательного, культурного и даже нравственного; отсутствие непосредственного заказчика в ряде случаев, тогда таковым выступает само общество, выражающее свои потребности и реакции на научные открытия выбором и использованием их в практике.

Инновационное развитие страны определяется способностью создавать и использовать концептуальные инновации. *Ф. Янсен* отмечает, что управление знаниями и генерация идей – суть различные, хотя и взаимосвязанные инновационные процессы [27, с. 157]. На первый план выходит создание продуманной инновационной политики в области науки и образования, прежде всего на государственном уровне.

Свидетельством реализации функций науки является активное ведение перспективных фундаментальных и прикладных разработок.

Труд в сфере науки является творческим и по методам осуществления, и по получаемым результатам. Он сочетает в себе уникальность, вероятностный характер, риск и предполагает объединение теоретической и экспериментальной деятельности. Сама же научно-исследовательская деятельность по разработке и реализации инновационных проектов традиционно представляется в виде четырех стадий:

- 1) исследование и разработка;
- 2) освоение;
- 3) серийное или массовое производство;
- 4) потребление и обслуживание.

На первой стадии организуются фундаментальные и прикладные исследования, а также опытно-конструкторские и технологические разработки. Итогом фундаментальных исследований являются научные открытия, теории, концепции, технологии, а процесс их осуществления тесно связан с проведением НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок). НИОКР – творческая деятельность, которая осуществляется на систематической основе и имеет целью выработку новых знаний, приращение знаний (о человеке, природе, обществе, технике и технологии), а также поиск сфер приложения этих знаний. В НИОКР органично сочетаются три вида научной деятельности: фундаментальные исследования, прикладные исследования и опытно-конструкторские работы. Результаты фундаментальных исследований составляют научную базу для дальнейшего развития инновационной деятельности, реализации инновационных проектов и проведения НИОКР.

Вторая стадия предполагает возможность апробации новшества, адаптации его к среде реализации. Это стадия «тестирования» свойств новшества, его возможностей, особенных характеристик и свойств.

На третьей стадии происходит распространение нововведения через его сначала серийный выпуск и использование, а затем – массовый. Эта стадия важна для реализации целей инновации, а эффективность инновационной деятельности в этот период будет в значительной степени определяться реализацией комплекса мероприятий, связанных с менеджментом инноваций. Четвертая стадия предполагает диффузию нововведения, его массовое использование, получение и оценку эффектов его реализации и распространения. Сама же научно-исследовательская деятельность по созданию нововведения носит циклический характер и никогда не завершается этапом «потребление и обслуживание». Именно этот последний этап служит началом нового цикла исследований и разработок.

Есть мнение, что инновации, с одной стороны, являются результатом НИОКР и процессом его коммерциализации, с другой — инновации рассматриваются как процесс НИОКР и совершенствование цепочек создания ценности. Этим процессом необходимо управлять с учетом приоритетов, намеченных целей, финансовых возможностей и других ресурсов. Такое управление должно осуществляться на всех уровнях, на государственном прежде всего. В связи с этим в 2003 г. в Беларуси разработана система научных исследований, построенная на программно-целевом методе планирования, а также комплекс государственных программ и документов, регулирующих инновационную деятельность.

Концептуальные и научные инновации являются ресурсом для всех других видов инновационной деятельности и вызывают инновации в различных областях, прежде всего в технике и в технологии.

Сами же концептуальные и научные инновации различны по степени новизны, масштабу использования и результатам, в качестве которых выступают конкретные технологические и экономические эффекты. С формированием индустриального общества сотрудничество науки и практики стало носить систематический характер и сделало эти инновации приоритетными. Техника стала определять способ существования общества, технологии стали показателем его развитости и привели к появлению новых типов экономики. Вместе с тем есть обратное влияние социума на формирование техники и технологии.

Техника и технология взаимодополняют друг друга, взаимовлияют друг на друга. Точно так же взаимосвязаны между собой и инновации, которые имеют место в технике и технологии. Такое взаимодействие позволяет выделить единый класс технико-технологических инноваций. До сих пор на Западе термином «инновации» обозначают только технико-технологические инновации. Это обстоятельство также обусловило доминирование технико-технологического и экономического подходов к объяснению сущности любых инноваций, особенностей их реализации и оценке степени эффективности.

Сегодня сложилось множество подходов к определению технико-технологических инноваций. *А. И. Пригожин* к таким нововведениям относит изменения в технике (приборах, оборудовании), технологии (производственных процессах), промышленных материалах (сырье и конечном продукте) [15, с. 33–34]. *С. Е. Крючкова* определяет такие инновации как «изменения в технике и технологии, которые дают коммерческий эффект и формируют новую структуру спроса и предложения в заданной технологической нише» [10, с. 32]. *Г. С. Гамидов* под техническими инновациями понимает те, которые предназначены для производства новой продукции,

продукции с новыми или улучшенными свойствами, а под технологическими — те, которые осуществляются с целью совершенствования способов изготовления продукции на базе новейших технологий, достижений в области физико-химических наук, автоматизации и компьютеризации [5, с. 17]. Ю. В. Яковец считает, что технологические инновации ориентированы на расширение ассортимента и улучшение качества производимых товаров и услуг (инновация-продукт) или используемых технологий (инновация-процесс) и имеют целью удовлетворение потребностей, насыщение и обновление рынка товаров, повышение эффективности производства, смену поколений техники, технологических укладов или приемов производства [26, с. 12–13].

Таким образом, на основании компаративного анализа подходов к пониманию сущности *технико-технологических инноваций* их можно *определить как* систему изменений в технике, технологии и технологических укладах, ориентированных на получение коммерческого эффекта, повышение эффективности производства и достижение социально-экономических целей.

Специфическими особенностями таких инноваций являются: узкая специализация; выраженная рыночная ориентация; быстрая устареваемость; необходимость постоянного развития; высокая степень финансового риска; быстрая диффузия (тиражируемость); маркетинговые затраты; возможность прогнозирования и контроля; непосредственная связь с научными разработками.

Концептуальные и научные инновации являются основой технико-технологических. Однако процесс «наука — техника — производство» также не является линейным и полон противоречий, как и сама инновационная деятельность любого уровня. Технологические и технические инновации реализуются с помощью достаточно больших усилий, включающих экономическое прогнозирование, маркетинговые технологии, менеджерские услуги и другие виды «популяризации», целенаправленно работающие на получение потребительского эффекта и коммерческой выгоды. Реально получается, что опираются технико-технологические инновации на концептуальные и научные, зависят от них, а иницируются потребностями практики, реальными нуждами, а также стремлением к получению коммерческой выгоды.

Существует стереотип, что любая инновация вообще, а технико-технологическая особенно работает только на прибыль, на достижение экономических выгод и конкурентных преимуществ. В настоящее время такой стереотип подлежит критическому переосмыслению. Безусловно, получение экономических преимуществ является весьма важным обстоя-

ятельностью, но далеко не исчерпывающим весь смысл инновационной деятельности в принципе и технико-технологических инноваций в частности. Совершенно очевидно, что технико-технологические инновации, например, самым серьезным образом влияют на организацию труда, мотивацию трудовой деятельности и изменяют не только качество труда, но и психологию труда и управления. Каждая технико-технологическая инновация следствием своим имеет не только капитал, но и изменение в организационно-управленческой структуре производственной деятельности, производственной иерархии и инфраструктуре. Меняются также структура морально-психологического климата коллектива, экономическое поведение на рынке труда. Такие инновации изменяют систему мотивации и стимулирования трудовой деятельности, предполагают изменения в корпоративной культуре и культуре управленческой деятельности, а также в сложившейся системе ценностей организации, т. е. преобразуют саму концепцию организации труда и управления.

Названные обстоятельства свидетельствуют о «затратности» технико-технологических инноваций не только в финансовом, но и в социальном плане, т. е. они требуют достаточно серьезной финансовой подпитки и организационно-управленческой поддержки, которая обеспечивается отнюдь не только профессиональным и научным управлением, но и качеством кадров, корпоративными и общественными традициями, принципами господствующего хозяйственного уклада.

Таким образом, концептуальные и научные инновации не являются тождественными, соотносятся по принципу дополнительности и составляют основу возникновения технико-технологических инноваций. Это дает основание выделить в качестве особых видов концептуальных инноваций научные и технико-технологические. Эффективная реализация этих инноваций требует их комплексного изучения, а также объединения возможностей науки, техники, производства, предпринимательства, управления.

Научные исследования, а также практическую реализацию концептуальных и технико-технологических инноваций неправомерно осуществлять в рамках только технико-технологического и экономического подходов, поскольку реальное развитие таких инноваций происходит вне отрыва от конкретной социальной и культурной среды. Следовательно, необходим постоянный учет социально-экономического контекста в их теоретико-методологическом и эмпирическом изучении с учетом социально-политических, правовых, ценностно-духовных, психологических, экологических и других условий их реализации и использования.

2.3. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ

Переход к новым социально-экономическим формам потребовал смены подхода к управленческой деятельности и к решению управленческих задач, посредством которых осуществляются инновационные преобразования. Изменились представления об организации управления, технологиях и методах их осуществления. Практика поставила вопрос об организационно-управленческих инновациях, изменениях в технологиях и механизмах управленческой деятельности как стратегическом ресурсе, обеспечивающем эффективность производственных процессов, конкурентоспособность и стабильность предприятий и организаций.

Есть различные подходы к пониманию организационно-управленческих инноваций. При этом чаще всего принято говорить именно об управленческих инновациях, оставляя как бы не у дел приставку «организационные». Данное обстоятельство, вероятнее всего, обусловлено тем, что через реализацию управленческих инноваций происходит перестройка и организационных структур всех уровней. Поэтому в большинстве случаев понятия «организационно-управленческие инновации» и «управленческие инновации» в научной литературе используются как синонимы.

Между тем есть некоторые подходы, в которых управленческие и организационные инновации рассматриваются принципиально раздельно, как несводимые по своему содержательному наполнению виды. *Д. В. Щербакова* понимает под организационными инновациями процесс взаимодействия между их субъектами (организаторами, разработчиками, проектировщиками, изготовителями), в результате чего происходят прогрессивные изменения в компании (в экономическом плане — рост прибыли, в социальном плане — повышение оплаты и улучшение условий труда персонала, условий быта) [25, с. 13]. Исследователь утверждает, что организационные инновации связаны с изменением: 1) целей организации; 2) ее организационных функций; 3) организационных структур; 4) организационных технологий; 5) персонала организации [25, с. 12].

Разграничивает организационно-управленческие и социально-управленческие нововведения *А. И. Пригожин* [15, с. 34]. Первые он связывает с появлением новых организационных структур, форм оплаты труда, выработки решений и контроля их исполнения, а вторые позиционирует как изменение внутриколлективных отношений (например, выборность руководителей, создание новых общественных органов и др.). Более того, исследователь считает оправданным в отдельных случаях нововведения экономические, организационные и правовые объединять понятием

«управленческие». А в ряде работ он фиксирует единый вид организационно-управленческих инноваций и определяет их как комплекс «целенаправленных изменений систем и методов управления, экономики, организации труда, административного порядка и прочее <...> их предметом являются трудовые процессы, связи и нормы, цели организации в виде конкретных решений» [15, с. 59].

Управленческие нововведения как «любое целенаправленное изменение технологии управления, ориентированное на замену существующего механизма управления и его элементов с целью ускорения, облегчения или улучшения выполнения поставленных задач», определяет *Е. Т. Гребнев* [6, с. 23].

Р. А. Фатхутдинов рассматривает организационно-управленческие инновации как предмет стратегического менеджмента и определяет их целью «повышение эффективности аппарата и систем управления, совершенствование организационных структур и результативности производства, повышение рыночной конкурентоспособности предприятия» [19]. К организационно-управленческим инновациям относятся создание новых организационных структур и структур управления, новых систем управления, новых систем стимуляции информации, появление новых организационных приемов и стратегий предприятия.

Есть подходы, в соответствии с которыми организационно-управленческие инновации рассматриваются в комплексе с инновациями экономическими. При этом под организационно-управленческими инновациями понимается «целенаправленное изменение систем и методов управления, экономики, организации труда, а экономические инновации появляются как новые способы удовлетворения существующих общественных потребностей. Под ними следует понимать изменения, касающиеся условий деятельности хозяйствующих субъектов, экономических факторов распространения новых продуктов, способов их производства, любые усовершенствования, обеспечивающие появление экономических новшеств» [10, с. 34]. *М. Хучек* объединяет в единую группу организационные и экономические инновации и относит к ним изменение организационной структуры предприятия и организации труда, а также изменение условий и экономических факторов, используемых в системе оплаты труда и его оценки [20, с. 25].

Ряд исследователей фиксируют экономические инновации в отдельную группу и определяют их как использование новых материальных стимулов, показателей, систем оплаты труда. Например, *Э. А. Уткин* классифицирует экономические инновации по характеру общественных целей и различает: 1) экономические ориентированные на прибыль инновации и 2) экономические не ориентированные на прибыль инновации [18]. Не-

которые исследователи осуществляют более дифференцированный подход в отношении экономических инноваций. Например, как разновидности выступают инновации в бизнесе (это систематическая деятельность предпринимателей, связанная с поиском и реализацией благоприятных возможностей, возникающих в ходе изменения общественных потребностей, технологий, развития конкуренции и изменений в политике, экономике и общественной жизни) [17, с. 147].

Есть подходы, в соответствии с которыми предлагается рассматривать различные группы инноваций: социально-экономические (предполагают новую организацию труда, увеличение объема выручки, снижение себестоимости производства и издержек обращения), финансовые (появление нового финансового продукта или финансовой операции) и управленческие (появление новых структур аппарата управления, новых методов принятия управленческих решений и новых форм контроля их осуществления) [19].

Приведенные подходы к пониманию организационно-управленческих инноваций позволяют определить их предмет (технологии, приемы, методы управления, объективирующиеся в сфере производства и организационных структур) и основную цель (повышение эффективности производства и стабилизация общественных систем за счет создания оптимальных организационных структур, способствующих развитию инновационного потенциала и инновационной деятельности). Констатируя факт взаимодействия и взаимообусловленности организационно-управленческих, экономических, финансовых, технико-технологических инноваций, целесообразно все-таки говорить о том, что каждый из этих видов инноваций имеет свои особенности и несколько различное целевое назначение.

В таком случае сами *организационно-управленческие инновации можно определить как* процессы оптимизации производства, информации, услуг, сбыта с целью наиболее полного использования социальных, экономических и технико-технологических ресурсов и потенциала для максимального удовлетворения потребностей за счет гармонизации различных целей и ценностей, в ходе реализации инновационных преобразований, происходящих на различных уровнях. Такие инновации осуществляются системой управления за счет использования новых методов и технологий управления, обеспечивающих перевод социальных и производственных систем в желаемое состояние.

Итогом организационно-управленческих инноваций являются: новая структура аппарата управления, новые методы принятия управленческих решений, новые формы контроля, применение более эффективных форм разделения и кооперации труда, мотивации и стимулирования со-

трудников, новых технологий работы с кадрами с целью повышения инновационной активности, инновационной адаптивности, инновационной восприимчивости и инновационного потенциала.

Объектом реализации организационно-управленческих инноваций является коллектив работников. Это обстоятельство является особенностью управленческих нововведений и выражается в том, что реализация их существенным образом зависит не только от существующей системы общественных отношений, но и от корпоративной, организационной, управленческой и инновационной культуры, а также от специфики коллектива и межличностных отношений в нем.

Организационно-управленческие инновации вариативны. В них ярко проявляются вероятностный характер инновационной деятельности, неопределенность параметров и зависимость от субъективных факторов. Высокая степень вероятности и рисковости делает весьма затруднительным определение как эффективности, так и «затратности» результатов организационно-управленческих инноваций, не дает гарантий их коммерческого и социального успеха.

Однако это не означает, что организационно-управленческие инновации являются процессом спонтанным, не поддающимся планированию и регулированию. Тем более не совсем правильным будет говорить об организационно-управленческих инновациях как постоянно находящихся в зоне социальных рисков и создающих серьезную угрозу для социально-экономической стабильности.

Именно управленческие инновации сегодня перемещаются в центр научного интереса. Именно они в ближайшее время составят предметное поле исследования возможностей по реализации стратегии инновационного развития на уровне теоретико-методологическом и эмпирическом специалистами в сфере менеджмента, маркетинга, социологии, культурологии, права с точки зрения выявления не только их специфических особенностей, но и видов, статистики реализации, эффективности, механизмов осуществления.

Эффективность и эффект организационно-управленческих инноваций, несомненно, существуют. Они выражаются в приобретении нового статуса, престижа, имиджа организации, обеспечивающего ей стабильность и конкурентоспособность. Эффект управленческих инноваций может быть отражен в системе философско-этических категорий (использование новых приемлемых форм и методов руководства и управления, сочетающих сложившуюся традицию и современные приоритеты). Он проявляется также в политической (изменение творческой, профессиональной и социальной активности личности, степени авторитета органов

управления) и научно-познавательной (возможность самореализоваться в творчестве, инновационной деятельности, в различных областях знания, развитие творческого мышления) сферах.

Построение классификационной модели организационно-управленческих инноваций с учетом всего опыта их теоретического обоснования, конструирования и реализации дает возможность классифицировать организационно-управленческие инновации по объекту воздействия на те, которые воздействуют: 1) на процесс управления; 2) процесс производства услуг; 3) производительные силы.

Организационно-управленческие инновации можно дифференцировать по целям воздействия как: 1) совершенствующие организационную структуру; 2) имеющие целью механизацию и автоматизацию управленческого труда; 3) имеющие целью повышение квалификации специалистов.

В зависимости от целевой направленности в системе организационно-управленческих инноваций также можно выделить:

1) улучшающие нормативную схему (они имеют целью реорганизацию системы управления);

2) приближающие управление к нормативной схеме (касаются подбора и расстановки кадров, повышения их квалификации, создания оптимального социально-психологического климата в коллективе);

3) повышающие точность и полноту решения поставленных управленческих задач (использование новых информационных технологий, улучшение информационного обеспечения, мероприятия по научной организации труда).

Кроме того, организационно-управленческие инновации можно выделять в зависимости от источника происхождения (инициированные «сверху» и «снизу»), от степени и уровня новизны, от особенностей инновационного процесса, от содержания организационно-управленческих задач, от степени их завершенности, от уровня распространения, от характера удовлетворяемых потребностей и организационных изменений.

Нами *предлагается рассматривать организационные и управленческие инновации в одной группе*, учитывая при этом особенности каждой составляющей. В ситуациях необходимости детализации проблемного поля может быть оправдано разграничение организационно-управленческих (они связаны с использованием новых организационных структур, форм организации труда, выработкой решений и контролем за их осуществлением) и социально-управленческих (связаны с целенаправленным изменением внутриколлективных отношений, например введением выборности руководителей, новых форм самоуправления, созданием новых общественных органов) инноваций. И те и другие могут быть включены в классифика-

ционно-видовую матрицу для их дальнейшей типологической дифференциации и методологического анализа.

Подчеркнем, что организационно-управленческие инновации могут осуществляться на различных уровнях, например на уровне организации, предприятия и на уровне общества в целом. В современной научной литературе есть подход, в соответствии с которым организационно-управленческие инновации делятся на внутриорганизационные (когда инновация используется внутри конкретного предприятия или его подразделения и не является предметом купли-продажи) и межорганизационные (когда происходят изменения в нескольких предприятиях, организациях, отраслях, что существенно повышает их значимость и эффективность) [7, с. 43]. Речь идет о том, что организационно-управленческие инновации могут осуществляться на микро- и на макроуровнях. Если говорить об организационно-управленческих инновациях на макроуровне, то сферой их объективации являются социальные системы. Эффективное осуществление инноваций такого типа ориентирует на систематическое использование информационной базы по результатам мониторинга, комплексно отражающего факторы, обуславливающие инновации на микро- и макроуровнях, а также варианты виртуально возможных, вероятностных последствий их реализации.

Следует отметить, что сегодня актуальным становится осмысление важности организационно-управленческих инноваций как минимум в двух аспектах. Первый предусматривает реализацию конкретных инноваций, способных обеспечить стабильную жизнедеятельность организации через применение новых технологий, знаний, умений, что отражает стремление через конкретные изменения в производстве и профессиональной деятельности достичь устойчивых и возрастающих темпов развития, т. е. экономического роста. Второй аспект касается трансформации методологии управления, так как успех предприятия, компании, фирмы базируется на способности устанавливать контроль над изменениями, направляя их в социально конструктивную плоскость. И этот второй ракурс научного исследования и практической реализации инновационных изменений представляется наиболее значимым и перспективным.

При этом необходимо сделать весьма существенную оговорку. Речь идет не о форсировании и изменении самих инноваций во всех сферах социальной жизни и в управленческой практике в том числе. Инновации необходимо изучать, а не ускорять или реализовывать формально, расширяя статистику их использования и создавая видимость инициативы и креативности. Скорее, нужно говорить о том, что сама идея модернизации, развития должна быть воспринята как ценность на всех уровнях социальной организации. Инновационная практика требует грандиозных

усилий, серьезности и не допускает формализма, бесконтрольности, отсутствия системной организации планируемых изменений.

Комплексный характер инноваций ориентирует на создание адекватных систем не только их реализации, но и управления. Вероятно, не будет лишним напомнить об организационной или управленческой культуре, которая занимает центральное место в жизни организации или предприятия. Управленческая культура включает систему ценностей, ориентирующих субъектов своей среды в сфере профессиональной и производственной деятельности, задает программу перспективного развития. Таким образом, в системе ценностей корпоративной культуры должна присутствовать ориентация не только на сохранение традиции, но и на обновление путем реализации инноваций, на творчество и инициативу.

Осознание роли организационно-управленческих инноваций делает возможным определить их *задачи*:

- ✓ обеспечение мотивации сотрудников на инновационную активность и стимулирование инновационной деятельности;
- ✓ создание системы управленческого консультирования инноваций;
- ✓ использование знаний и человеческого капитала с целью поиска и отбора лучших систем и практик инновационного управления;
- ✓ объединение усилий различных компаний, организаций по поддержанию инновационного климата, инновационной восприимчивости и инновационной адаптивности;
- ✓ поддержка информационных и коммуникационных технологий инновационной деятельности;
- ✓ обеспечение системы непрерывного профессионального образования в сфере инноватики и управления;
- ✓ обоснование системной стратегии организационных изменений в развивающейся корпорации;
- ✓ разработка комплексной системы оценки результативности и эффективности инновационной деятельности.

Особую роль в сфере инновационного моделирования и прогнозирования имеют информационные технологии. В данном случае информационные технологии выступают инструментом при создании систем интеллектуального управления инновационной деятельностью.

Анализ организационно-управленческих инноваций на теоретико-методологическом уровне способствует созданию системы показателей и индикаторов их эффективности, а также построению математических моделей инновационных систем и инновационных процессов, что имеет и научное, и практическое значение.

По сравнению с другими видами инноваций, организационно-управленческие имеют ряд *особенностей*:

- 1) они являются менее регламентированными;

2) в них больше проявляется вероятностный характер инновационной деятельности;

3) они обладают большей неопределенностью своих параметров и трудностью осуществления;

4) для них сложно определить эффективность результатов;

5) у них более тесная связь с общественными отношениями, культурой, традициями, обычаями;

6) в них часто отсутствуют стадии «изготовление» (она слита с «производством») и «изобретение» (порой очень сложно определить так называемое авторство, так как часто в их создании и реализации участвует множество людей) в «жизненном цикле»;

7) у них более широкая, в сравнении с технико-технологическими инновациями, сфера осуществления;

8) их реализация в большей степени зависит от групповых и личных качеств субъектов, их реализующих и использующих;

9) они могут внедряться как «сверху», так и «снизу», но для успешной реализации должны быть вписаны в систему социальных ожиданий, норм, традиций и ценностей;

10) они осуществляются с меньшими финансовыми затратами, но их финансово-экономические итоги могут быть весьма ощутимы. При этом их финансовая дешевизна может обернуться слишком высокой ценой с точки зрения социальной, поскольку они затрагивают человеческие отношения, стиль и ритм трудовой деятельности, привычки, ценности. Поэтому при отсутствии необходимой социологической работы эти инновации могут привести к возникновению очагов социального напряжения и конфликтам;

11) их эффективная реализация требует консультационного сопровождения, постепенности процесса осуществления и постоянного мониторинга в силу высокой подверженности социально-психологическим факторам;

12) изучение организационно-управленческих инноваций ориентирует учитывать социальный механизм их осуществления как систему с положительной обратной связью, обеспечивающей социально-адаптационный фон, мотивацию, инновационную восприимчивость.

Обозначенные особенности организационно-управленческих инноваций побуждают общество к поиску таких средств их осуществления, которые бы максимально полно использовали их преимущества и минимизировали трудности, связанные с их применением. Главная задача сегодня видится в поиске и реализации управленческих воздействий, которые обеспечат развитие системы.

2.4. СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ

Успехи социально-экономического развития во многом предопределены тем, насколько общество способно производить, воспринимать и использовать разного рода инновации. В силу этого движущими силами общественного развития выступают процессы, которые способствуют вхождению инноваций в культуру и пониманию их как средства прогрессивного развития. Речь идет о понимании ценности инновационной деятельности и инновационной активности, о значимости творчества и креативного мышления, являющихся источником изменений. Инновационную деятельность можно позиционировать как сложный общественный феномен, выражающий деятельную сторону *субъекта*, как средство его самовыражения и объективации созидательных способностей, проявляющееся только в системе общезначимых поступков.

Инновация является не локальным, изолированным явлением, а представляет собой социокультурное, системное воспроизводство человеческих отношений на качественно новом уровне в самых различных формах социальной жизнедеятельности, отличающееся масштабами и направлениями осуществления. Как отмечает А. С. Ахиезер, смысл инновации заключается в новой, более эффективной форме воспроизводства, создания всех сторон жизни: культуры, организации, личности, общества на новом уровне [1].

А. С. Ахиезер исследует социальные инновации через понятия «воспроизводство» и «культура» и полагает, что производство инноваций обеспечивается «багажом культуры». При этом нововведением «может считаться лишь то, что освоено человеческой деятельностью, культурой, что выступает как изменение элементов условий, средств и целей человеческой деятельности» [2, с. 296–297].

Действительно, культурная среда, в самом широком смысле слова, стимулирует или сдерживает появление инноваций, выставляя определенные барьеры и «фильтры» на пути их отбора и реализации. Нужно учитывать и тот факт, что различные культуры имеют разную степень инновативности и инновационной восприимчивости. Кроме того, одна и та же культура на различных этапах своего развития также имеет разную меру инновационной настроенности, чувствительности. Учет культурного поля как среды появления и реализации инноваций, как самостоятельного фактора, предопределяющего судьбу инноваций, требует акцентуации исследовательских интересов в сфере инноватики на изучении форм культуры и ее статуса в развитии инновационной деятельности и накоплении инновационного потенциала. При этом *взаимодействие*

культуры и инноваций осуществляется по принципу взаимодополняемости, а именно: культура предопределяет развитие инновационной деятельности, ее формы, средства и масштабы, а инновационная деятельность изменяет культуру, как материальную, так и духовную. Реально инновации охватывают *не только* сферу техники, технологии, материального производства (что составляет материальную культуру) и связанную с ней организационно-управленческую среду, *но и затрагивают* систему права, политики, образования, культурной деятельности, социально-бытовые условия, отдых, досуг и т. д.

На первый план исследования постепенно выходят инновации в социальной сфере, а также социальные инновации. Можно говорить о *социальности инноваций по их источнику* (инициаторами, генераторами и реализаторами инноваций всегда выступают люди, группы, коллективы, общество) и *по результату* осуществления (который также тесно вплетается в социальную материю, изменяет ее, даже несмотря на то, что реализация инноваций иногда планируется только на локальном, технико-технологическом уровне). Однако до сих пор, в силу определенной размытости в семантической интерпретации терминов «социальный», «общественный», не сложилось единства взглядов в толковании термина «социальные инновации», следствием чего являются сложности теоретического и эмпирического познания названного феномена, вариативности его трактовки и понимания. В связи с этим есть смысл рассмотреть сложившиеся подходы, связанные с теоретической трактовкой и практическим освоением социальных инноваций как феномена социальной жизнедеятельности.

Некоторые исследователи дифференцируют социальные инновации на социально-политические (связаны с появлением новых форм и механизмов социальной организации общества и социальной политики, политической деятельности и международных отношений) и государственно-правовые (связаны с появлением новых государственных и демократических институтов, законов, способов государственного управления), а также инновации в духовной сфере (которые воплощаются в науке в виде новых теорий, идей, гипотез и парадигм); в культуре (проявляющиеся в виде новых художественных стилей и направлений); в образовании (которые происходят в виде изменений его методов, организации и содержания); в этике (реализующиеся в виде изменения этических норм и ценностей); в идеологии (проявляющиеся в виде изменения мировоззрения, целей, ценностей и ориентиров людей) [26, с. 13–14].

М. Хучек дифференцирует общественные инновации, «внедряемые во внепроизводственной сфере деятельности предприятия: социально-бытовые условия, проведение досуга, культурная деятельность» [19, с. 25].

Исследователем отмечается особая роль культурных инноваций, которые играют главную роль в реализации технических и технологических изменений.

А. И. Пригожин [15, с. 34] и *О. В. Советова* [16] выделяют социальные нововведения в отдельную группу, предлагают их дальнейшую дифференциацию на экономические, организационно-управленческие, социально-управленческие, правовые, педагогические и отмечают их специфические особенности в сравнении со всеми другими типами нововведений.

И. В. Бестужев-Лада определяет любое нововведение как «разновидность управленческого развития, в результате которого происходит существенное изменение того или иного процесса, явления — технического, экономического, политического, социального или иного, безразлично» [4, с. 18]. Исследователь принципиально подчеркивает необходимость конкретизировать именно «социальное нововведение» в силу полисемантической природы понимания терминов «социальное» и «общественное». При этом указывается, что в широком смысле термин «социальное» тождествен термину «общественное». На этом основании социальные нововведения можно противопоставить продуктивным, технологическим и техническим, т. е. термином «социальное нововведение» охватываются все инновации, происходящие в экономической, политической и других нетехнических сферах общественной жизнедеятельности. В то же время *В. И. Бестужев-Лада* предусматривает возможность понимать «социальное» в сугубо социологическом контексте, связанном только с социальными взаимоотношениями людей как членов социальных групп и институтов. При этом он отмечает условность такого подхода в силу его абстрактности, поскольку социальное пронизывает все сферы общественной жизни и легко вычленяется из них для социологического изучения. Поэтому он предлагает найти промежуточный вариант понимания термина, который бы четко отделял социальные нововведения, с одной стороны, от технико-технологических, а с другой — от экономических, образовательных, правовых, политических и др. С этой целью исследователь вычленяет из соответствующих дисциплин непосредственно социологическую компетенцию. На этом основании из класса экономических нововведений он выделяет нововведения в сфере социальной организации и социальных стимулов труда; из класса педагогических — в сфере социальной организации народного образования и социальных стимулов педагогов; из класса экологических — в сфере социальной организации отношения общества к природе, социальных стимулов охраны окружающей природной среды; из класса правовых — в сфере взаимодействия субъектов и объектов права; из класса политических — в сфере взаимодействия интересов различных социальных групп общества по поводу борьбы за власть и др. [4, с. 19–20].

Рассмотрение социальных инноваций в широком и узком смысле слова предлагается *С. Е. Крючковой*. Под социальными инновациями в первом случае понимаются «все без исключения виды инноваций, так как они являются общественными феноменами и относятся к той или иной сфере общественной жизни» [10, с. 35]. Во втором случае «речь идет об инновациях в той сфере, которая является предметом социологии, — изменениях социальных процессов, организаций, институтов, общностей, социальных систем» [10, с. 35]. Фиксируя сложность дефиницирования социальных инноваций в узком смысле слова (в силу изобилия феноменов данного вида инноваций), автор предлагает комплексное определение термина как «целенаправленные изменения каких-либо внутриорганизационных и межорганизационных отношений, приводящие к появлению новшеств, имеющих социальную значимость и служащих механизмом обновления взаимоотношений между индивидами, институтами и организациями» [10, с. 35–36]. Комплексный характер социальных инноваций проявляется в объективации их эффекта в сферах технико-технологической, управленческой, экономической, а также социально-бытовой, образовательной, культурной и др. [10, с. 36].

Достаточно продуктивно изучением социальных инноваций занимались и белорусские ученые. *С. А. Шавель*, разрабатывая теоретико-методологические основы инновационной проблематики, отмечает, что «социальная инновация есть процесс легитимных управляемых изменений, направленных на системное, целостное обновление общества, его отдельных сфер и институтов через преобразование и рационализацию сложившихся повседневных практик и схем отношений между людьми (группами, классами, общностями)» [23, с. 7]. Концепция социальных инноваций требует понимания их именно как легитимных (т. е. признанных законом) и управляемых изменений (т. е. регулируемых «сверху» изменений). При этом отмечается невозможность «огосударствливания» социальных инноваций, так как регулирует их не только государство, но и коллективы, организации, общественное мнение [22, с. 10]. Исследователем представлена классификация социальных инноваций: 1) по критерию вектора направленности (выделены органически эмерджентные, связанные с выявлением и реализацией скрытых потенциальных возможностей, и проектно-модельные инновации, связанные с предвосхищением виртуально-возможных состояний явлений, институтов и практик); 2) по критерию восприятия социальных инноваций (харизматические инновации, исходящие от лидеров и пользующиеся безусловной поддержкой населения, и ролевые, связанные с изменением функциональных обязанностей должностных лиц); 3) по критерию рациональности (рациональные, т. е. научно обоснованные инновации для решения актуальных социаль-

ных проблем, нерациональные, которые осуществляются неадекватными средствами или не являются логически простроенными, и иррациональные — необоснованные теоретически и неоправданные практически инновации); 4) по масштабу воздействия (локальные, т. е. местные, региональные инновации, и социетальные, т. е. общесистемные); 5) по степени радикальности и темпам осуществления (конструктивные и деструктивные инновации); 6) по отношению к предшествующим нововведениям (замещающие, отменяющие, возвратные) [21, с. 33–47]. Главной отличительной чертой социальных инноваций в данном подходе выступает их легитимность и управляемость.

Инновацию как «основанное на новых идеях и научных знаниях создание новых технологий и технических новшеств, их воплощение в новых видах продукции и услуг, способствующее росту их эффективности и удовлетворению различных запросов потребителей, а также совершенствованию социальных процессов и управления ими» определяет *Е. М. Бабосов* [3, с. 384]. С учетом того что инновация в данном случае представляется как многокомпонентный процесс творческой деятельности, реализация которого весьма вариативна, содержательное наполнение социальных инноваций зависит от сегмента реализации (образование, социальная защита, демография и т. д.) [3, с. 385]. Существенным признаком социальных (и других) инноваций называется новизна и фокусировка на удовлетворении потребностей.

Учитывая отмеченные подходы, предлагается определить **социальные инновации** как изменения в социальной сфере, основывающиеся на практических и фундаментальных научных знаниях, порождающих значимые изменения в социальной сфере, обусловленные групповыми и персональными качествами пользователей и выступающие средством общественного и экономического развития.

Целью социальных инноваций является удовлетворение потребностей человека и общества, улучшение качества жизни населения, изменение взаимоотношений между людьми на разных уровнях, стимулирование социальной динамики через создание и реализацию новшеств.

Предметом социальных инноваций выступают жизнь общества и человека, ее стиль, уклад, повседневные практики, условия существования людей.

Результаты (результативность, эффективность) социальных инноваций определяются по комплексу характеристик (качественных и количественных), а также по специфике осуществления самой социальной инновации с учетом ее этапности, логики, завершенности. Так, понятие эффективность социальной инновации — системное и включает в себя множество параметров. Во-первых, это оценка комплексного социаль-

ного эффекта с учетом таких показателей, как увеличение продолжительности жизни, рост доходов населения, снижение уровня заболеваемости, рост численности населения, повышение уровня образования населения, снижение уровня безработицы, повышение уровня развития культуры, степени самореализации личности и удовлетворения ее эстетических запросов, степени удовлетворенности жизнью и др. Во-вторых, комплексно оцениваются показатели процесса реализации социальной инновации, такие как: логичность ее реализации, временные затраты, завершенность (насколько полно был пройден «жизненный цикл» и достигнут какой-либо результат), стадийность (в каком порядке происходит реализация инновации по фазам, этапам), сложность (насколько трудно понять, использовать и адаптироваться к инновации) и коммуникативность (насколько она стала доступной для участников реализации) и др.

Эффект социальной инновации — это результат, способствующий удовлетворению потребностей человека и общества, стоимостную оценку которого практически невозможно произвести. Многие проявления социального эффекта социальных инноваций нельзя измерить прямо или косвенно, здесь приходится ограничиваться в основном качественными показателями. Чем значительнее результат социальной инновации, тем сложнее дать ему интегральную количественную оценку. Для этого пришлось бы суммировать множество эффектов, одни из которых имеют только качественные, а другие — только количественные параметры. В этом случае возможна несопоставимость единиц измерения. Поэтому речь идет о необходимости разработки шкал предпочтений по комплексу показателей в сочетании с экспертными оценками результатов социальных инноваций. Оценка социального эффекта инноваций является одним из критериев отбора, селекции инновационных практик.

Социальные инновации относятся к группе *многокритериальных*. В связи с этим классифицировать их возможно по различным основаниям:

1) по *отрасли применения* (инновации в сфере образования, здравоохранения, культуры и т. д.);

2) *масштабу разработки и реализации* (региональные, муниципальные, национальные);

3) *специфике изменений* (эволюционные, революционные);

4) *целевой ориентации* (мотивационные, функциональные, структурные, процессуальные);

5) *источнику* (внутренние, внешние);

6) *субъекту* (индивидуальные, коллективные, корпоративные);

7) *характеру реализации* (пилотажные, диффузные);

8) *степени охвата общества* (осуществляющиеся на уровне личности, социальной группы и общества в целом);

9) *отношению к другим видам инноваций* (сопутствующие, направляющие);

10) *отношению общества к инновации* (позитивные, негативные, индифферентные);

11) *степени интенсивности* («бум», равномерные, слабые);

12) *темпам осуществления* (быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные);

13) *результативности* (эффективные, неэффективные).

Необходимо отметить открытость предложенной классификационно-видовой модели, в пределах которой все инновации являются взаимосвязанными. Кроме того, нельзя исключить возникновения исследовательских ситуаций, когда предметом изучения должны становиться конкретные инновации (с точки зрения процесса их реализации или сегмента сферы объективации), в рамках которых нужно определять проблемное поле исследования, а значит, и характеристики-индикаторы его эмпирического изучения.

Специфическими чертами социальных инноваций выступают:

✓ *тесная связь с культурой* и общественными отношениями, объективируясь в которых инновации приобретают специфику и свои последствия в зависимости от того, на каком уровне развития находится сама культура и общественные отношения;

✓ *постепенность* в реализации, предполагающая поэтапную смену в сознании людей приоритетов, культурных традиций, знаний во избежание деформации личности и ее самосознания. Обусловлена диалектичностью взаимодействия новаций и традиций;

✓ *коммуникативность*, т. е. способность социальной инновации осуществлять взаимодействие ценностей и норм через их сопоставление, что особенно очевидно в ситуациях ценностных переориентаций социальных систем;

✓ *конфликтность* социальных инноваций, что выражается в необходимости адаптации реципиентов к новым образцам, стандартам и нормам, несущим смену статусов, приоритетов, ценностей, власти, привилегий, следствием чего может быть «кризис личности», «кризис ценностей»;

✓ *большая сфера применения* по сравнению с технико-технологическими, поскольку изменения в сфере технико-технологической всегда влекут за собой инновации организационно-управленческие, что в итоге приводит к изменениям в различных сферах человеческой жизнедеятельности, хотя при этом сами социальные инновации далеко не всегда требуют специального технического оснащения;

✓ *рисковый и неопределенный характер*, результаты их весьма сложно спрогнозировать, в силу того что конечными реципиентами таких инноваций являются люди с их интересами, устремлениями и ценностями;

✓ *необратимый характер*, так как любое изменение, вносимое в функционирование социальной системы, не может быть полностью отменено, даже в том случае, если происходит процесс рутинизации предпринятой инновации;

✓ *зависимость от групповых и личных качеств пользователей* порождает инвариантность их использования, что предопределяется степенью инновативности, в целом инновационной позицией, занимаемой в отношении к конкретной инновации, целями, знаниями и умениями пользователей и выражается в том, что одна и та же инновация может быть по-разному реализована и иметь различный эффект и эффективность в различных социальных системах и группах, в различных социальных ситуациях;

✓ *отсутствие стадии «изготовление»*, которая, по мнению А. И. Пригожина, полностью совпадает со стадией «проектирование», что ускоряет процесс создания новшества и позволяет создать ситуацию коллективного и согласованного проектирования [15, с. 36];

✓ *низкая «затратность»* на разработку, однако, учитывая то, что объектом изменения становятся люди и общественные отношения, «цена» социальных инноваций на «выходе» оказывается достаточно высокой, доказательством чего служат очаги социальной напряженности и социальной конфликтности, являющиеся следствием осуществления инновационной деятельности, что приводит к потерям, дестабилизации;

✓ *сложность в обосновании эффективности* социальных инноваций, что обусловлено высокой динамикой социальных процессов и неочевидностью их преимуществ (которые могут проявиться вообще лишь через время);

✓ *комплексность функций* социальных инноваций, что выражается в распространении их результатов во все сферы социально-экономической жизни общества;

✓ для возникновения и успешной реализации социальных инноваций *необходим целый ряд условий*: во-первых, *ресурсы*, позволяющие осуществить инновацию (материальные и культурные); во-вторых, *потребность* в конкретной социальной инновации и осмысление этой потребности как важной, т. е. необходим переход идеи инновации в ценность; в-третьих, *наличие социальных программ и технологий по реализации* потенциальной инновации; в-четвертых, *поддержка на уровне государства*, права и управления.

Перечисленные особенности социальных инноваций ориентируют на поиск таких средств их осуществления, которые способствуют прео-

долению трудностей их реализации и использованию свойственных им преимуществ.

Ведущую роль в этом могут сыграть направленные исследования специфики появления и реализации социальных инноваций, факторов, влияющих на их восприятие, осмысление и адаптацию к ним. Необходимо создание системы социального планирования и прогнозирования инноваций и инновационной диагностики.

Еще раз следует подчеркнуть, что жесткая дифференциация инноваций на технико-технологические (материальные) и социальные вовсе не предполагает констатации факта их автономного, взаимоисключающего существования. Эта дифференциация носит условный характер. Естественно, большая сфера применения позволяет рассматривать социальные инновации как особый вид, ведь любая инновация в сфере научной, технической или технологической неизбежно влечет за собой синхронное изменение в области организационной, управленческой, экономической, затрагивает сферу социально-психологическую, меняет порой не только привычный ритм жизни, но даже способна вызвать процессы переоценки мотивов, стимулов, ценностных ориентаций. Без изменения в социально-психологической среде любая инновация будет с большими препятствиями пробивать себе дорогу в жизнь.

Таким образом, необходимо обратить внимание на *взаимодополняемость* всех видов инноваций, что ориентирует на рассмотрение и изучение их в единстве всех сторон, т. е. *комплексно*. Невозможно существование «чистых» видов инноваций, «идеальных типов», так как каждый из них имеет свои социальные, экономические, политические и другие аспекты и следствия, которые, существуя относительно автономно, обладают способностью оказывать влияние друг на друга.

Социальные инновации выступают средством социальной организации общества. Сама социально-культурная ситуация требует разработки и реализации различных инноваций, в том числе и связанных с гуманизацией среды обитания человека, с духовным обогащением человека для дальнейшего развития социально-культурной сферы и саморазвития культурной жизни. Социальные инновации реализуют функции воспитания, образования, социализации личности, развития творчества, организации отдыха, общения и др.

Приоритетное развитие социокультурной сферы в современной цивилизации рассматривается как основная цель. Поэтому главную роль в системе социальных инноваций играют те, которые являются результатом социокультурного саморазвития социума. Особое значение при этом имеет ценностно-ориентационная сторона социального творчества, а разрушительный или созидательный характер инноваций для общества определяется, прежде всего, ценностями культуры, интериоризирован-

ными в системе личности. Это обстоятельство делает актуальным понимание необходимости обеспечить адекватность взаимодействия ценностей субъектов инновационной деятельности на различных уровнях. Субъективное и объективное в инновационной деятельности должно быть максимально синхронизировано, а также соответствовать приоритетам социального развития. Так, на повестке дня стоит задача не только теоретико-методологического изучения специфики инновационных процессов и социальных систем, но и научной разработки инновационных технологий социальной деятельности, которой успешно занимались *В. И. Иванов, В. Н. Патрушев* [8].

Приоритетным становится изучение гуманитарных аспектов инновационной практики посредством разработки комплексной долгосрочной программы *междисциплинарных гуманитарных исследований проблем инноватики*. Такие исследования будут способствовать как развитию инновационной теории, так и эффективной реализации инновационной практики с учетом правовых, психологических, экономических, управленческих, социальных аспектов инновационной деятельности.

ВЫВОДЫ

1. Классификация инноваций является элементом теоретико-методологического осмысления и концептуализации инноваций, выступает одновременно и *процедурой*, и *результатом* научно-познавательной деятельности, целью и методологическим средством описания и объяснения инноваций с учетом их специфики и взаимосвязи, дает возможность их сравнительного анализа, задает ориентацию познавательной деятельности в области инновационной практики.

2. *Принципами* построения классификации инноваций выступают: *системность, целостность, открытость, конкретность*, что обеспечивает систематизацию и идентификацию инноваций с учетом их специфических особенностей, структурной и содержательной сложности и взаимодополняемости.

3. Существует *взаимосвязь различных видов инноваций*, которая реализуется по принципу *взаимодополняемости и диффузии*, что не допускает противопоставления различных видов инноваций. Реализация конкретных видов инноваций в строго определенных сферах (локально) невозможна, т. к. каждая инновация всегда влечет за собой появление других инноваций как в рамках сферы своей изначальной реализации, так и в других сферах.

4. Высокая динамика инновационных процессов, их разнообразие и множественность самих инноваций, а также отсутствие единой методо-

логической базы исследования инновационных процессов и инвариантности сложившихся подходов к их изучению делают невозможным построение универсальных классификаций инноваций.

Основным критерием классификации предлагается считать *сферу осуществления инноваций*, на основе чего *репрезентируются концептуальные, социальные и организационно-управленческие инновации*.

Выбор того или иного критерия классификации предопределен системностью инновационных процессов и инноваций, необходимостью комплексного подхода к их изучению, что дает возможность фиксировать специфику конкретных инноваций и проблемы, связанные с их реализацией.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте сложившиеся в науке подходы к классификации инноваций.

2. Проанализируйте динамику формирования подходов к классификации инноваций по этапам развития инновационной теории.

3. Обоснуйте значимость построения классификации инноваций в научном исследовании инновационных процессов.

4. Обоснуйте критерии классификации инноваций.

5. Назовите принципы классификации инноваций.

6. Охарактеризуйте концептуальные инновации. Приведите примеры таких инноваций.

7. Охарактеризуйте технико-технологические инновации. Приведите примеры таких инноваций.

8. Охарактеризуйте организационно-управленческие инновации. Приведите примеры таких инноваций.

9. Проанализируйте специфику организационно-управленческих инноваций. Какие факторы влияют на их осуществление?

10. Назовите виды организационно-управленческих инноваций.

11. Охарактеризуйте социальные инновации. Определите их взаимосвязь с другими видами инноваций.

12. Проанализируйте сложившиеся подходы к социальным инновациям. В чем заключается их отличие?

13. Проанализируйте специфику социальных инноваций. Приведите примеры социальных инноваций.

14. В чем заключается принцип взаимодополняемости инноваций?

15. Какие виды инноваций наиболее изучены в настоящее время?

16. В чем заключается диффузия инноваций? Когда это происходит?

Библиографические ссылки

1. *Ахиезер А. С.* От прошлого к будущему. — М. : ПИК : Гуманит. и политехн. центр «Стратегия», 1994. — 63 с.
2. *Ахиезер А. С.* Теория и методология : словарь. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ПИК : Гуманит. и политехн. центр «Стратегия», 1994. — 594 с.
3. *Бабосов Е. М.* Основные направления инновационного развития в социальной сфере Республики Беларусь // Наука — инновационному развитию общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22–23 янв. 2009 г. / НАН Беларуси ; редкол. : М. В. Мясникович [и др.]. — Минск, 2009. — С. 384–388.
4. *Бестужев-Лада И. В.* Прогнозное обоснование социальных нововведений. — М. : Наука, 1993. — 240 с.
5. *Гамидов Г. С., Колосов В. Н., Османов Н. О.* Основы инноватики и инновационной деятельности. — СПб. : Политехника, 2000. — 323 с.
6. *Гребнев Е. Т., Хруцкий В. Е.* Проблемы повышения эффективности управления (по материалам зарубежных исследований). — М. : Экономика, 1984. — 176 с.
7. *Ермасов С. В., Ермасова Н. Б.* Инновационный менеджмент. — М. : Высш. образование, 2007. — 504 с.
8. *Иванов В. Н., Патрушев В. И.* Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления. — 2-е изд., перераб. доп. — М. : Экономика, 2001. — 324 с.
9. *Крючкова С. Е.* Инновации: философско-методологический анализ. — М. : СТАНКИН, 2000. — 186 с.
10. *Крючкова С. Е.* Инновации: философско-методологический анализ : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Моск. гуманит.-соц. акад. — М., 2001. — 46 с.
11. *Кузык Б. Н., Яковец Ю. В.* Россия — 2050: стратегия инновационного прорыва. — 2-е изд., доп. — М. : Экономика, 2005. — 624 с.
12. *Марков А. В.* Общественно-функциональные инновации в типологической структуре инновационного развития // Научные основы идентификации и использования общественно-функциональных инноваций / А. В. Марков [и др.] ; под ред. П. Г. Никитенко. — Минск, 2004. — С. 3–18.
13. *Мончев Н.* Разработки и нововведения : пер. с болг. — М. : Прогресс, 1978. — 160 с.
14. *Нехорошева, Л. Н., Богдан Н. И.* Инновационные системы современной экономики. — Минск : БГЭУ, 2003. — 209 с.
15. *Пригожин А. И.* Нововведения: стимулы и препятствия. — М. : Политиздат, 1989. — 271 с.
16. *Советова О. С.* Инновации: трудности и возможности адаптации. — СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2004. — 256 с.
17. *Стасев В. В., Забродин Ю. А., Черных Е. А.* Инновации в России: иллюзии и реальность. — Тула : Гриф и К, 2006. — 303 с.
18. *Уткин Э. А., Морозова Г. И., Морозова Н. И.* Нововведения в банковском бизнесе России. — М. : Финансы и статистика, 1998. — 276 с.

19. *Фатхутдинов Р.* Инновационный менеджмент как система повышения конкурентоспособности // Управление персоналом. – 2000. – № 1. – С. 29–39.
20. *Хучек М.* Инновации на предприятиях и их внедрение. – М. : Луч, 1992. – 147 с.
21. *Шавель С. А.* Классификация инноваций // Научные основы идентификации и использования общественно-функциональных инноваций / А. В. Марков [и др.] ; под ред. П. Г. Никитенко. – Минск, 2004. – С. 33–47.
22. *Шавель С. А.* Социальные инновации в жизни общества // Наука и инновации. – 2007. – № 4. – С. 10–12.
23. *Шавель С. А.* Социальные инновации как источник развития общества // Социология. – 2004. – № 3 – С. 3–21.
24. *Шумпетер Й. А.* Теория экономического развития : [пер. с нем. и англ.] / предисл. В. С. Автономова. – М. : Эксмо, 2007. – 861 с.
25. *Щербакова Д. В.* Управление организационными инновациями в современных компаниях : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / Д. В. Щербакова ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2007. – 18 с.
26. *Яковец Ю. В.* Эпохальные инновации XXI века. – М. : Экономика, 2004. – 443 с.
27. *Янсен Ф.* Эпоха инноваций : пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 308 с.
28. *Druker P. F.* The Discipline of Innovation // Harvard Business Review: HBR Classic. – 1998. – November – December. – P. 149–157.
29. *Mensh G.* Stalemate in technology: Innovation overcomes the depression. – Cambridge Mass : Ballinger, 1979. – 240 p.

Г Л А В А | СОЦИОЛОГИЗАЦИЯ 3 | ИННОВАЦИОННОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ

3.1. СОЦИОЛОГИЯ ИННОВАЦИЙ КАК СПЕЦИАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Социологизация инновационной проблематики определяется необходимостью системного учета всех факторов, влияющих на процесс возникновения и функционирования инноваций, а также повышения их эффективности. Реальные трудности, объективированные в ходе практического осуществления ряда конкретных инноваций (даже достаточно разработанных), в большинстве случаев связаны с отсутствием адекватной научно обоснованной теории, описывающей специфику инновационных процессов, их социальную направленность, задающей оптимальный алгоритм их эффективного осуществления с целью дальнейшего прогрессивного развития социальной системы.

Социология, изучающая социальные процессы и явления как самоуправляемые, может комплексно исследовать социальные основы инновационных процессов, их функции, особенности, закономерности развития, механизмы и технологии их осуществления, а также возможности управления ими на различных структурно-организационных уровнях с целью выявления возможностей и путей их интенсификации в соответствии с потребностями практики.

Социологический анализ инноваций как специфического элемента общественного развития, самостоятельного феномена жизнедеятельности людей предполагает построение методологических принципов изучения социального содержания инноваций. Под этим углом зрения выстраиваются составляющие данного теоретико-методологического подхода: разработка методического инструментария исследования инновационных процессов; выявление и исследование факторов, влияющих на восприятие и оценку инноваций; экспликация понятийно-категориального аппарата изучаемых феноменов; построение теоретической типологии инноваций; обоснование необходимости и сущности системы социологического обеспечения инноваций как условия оптимизации инновационных процессов.

Рассмотренные возможности использования ресурсов социологического знания и познания делают приоритетным изучение инновационных проблем именно с позиций социологической науки. Тем самым открываются новые перспективы в исследовании различных видов инновационной деятельности (с учетом специфики ее организации и реализации в различных сферах социальной жизнедеятельности), обеспечиваются надежность и достоверность информации о состоянии инновационных процессов (через организацию и проведение социологического мониторинга и экспертизы инновационной деятельности). Все это способствует развитию инновационной теории и практики на новом качественном уровне.

Изучение инновационных процессов целесообразно проводить на *микро-, макро- и мезоуровнях* с позиций социологической науки, так как анализ и пропаганда инноваций на уровне публицистики или в рамках концепций научно-технического прогресса и экономических наук в настоящее время уже не позволяют вскрыть глубинные проблемы и противоречия, связанные с их разработкой и реализацией. Учитывая всеохватывающий характер современных инноваций, их исследование необходимо проводить в рамках специальной социологической теории — *социологии инноваций*. Это открывает новые возможности и перспективы изучения указанной проблематики во всех аспектах жизнедеятельности общества на качественно ином уровне с использованием и социологической теории, и методов конкретно-социологического исследования, с ориентацией на потребности современной науки и практики.

Становление и развитие социологии инноваций в системе специальных социологических теорий вполне оправдано. Объективная потребность в развитии такой отрасли социологического знания вызвана следующими обстоятельствами:

в о - п е р в ы х , инновационная проблематика давно вышла за рамки экономических концепций и технократических подходов;

в о - в т о р ы х , она более масштабно включается в проблемы социологии труда, социологии управления, социологии права, социальной психологии и пр.;

в - т р е т ь и х , современная общественная практика на макро-, мезо- и микроуровнях требует систематического научного изучения инноваций, разработки моделей их диагностики и прогнозирования с целью оптимизации инновационных процессов, повышения эффективности их реализации.

Полипарадигмальность социологической науки позволяет вести изучение инноваций в различных направлениях с учетом индивидуального и общественного, качественного и количественного, объективного и субъективного.

На уровне *общесоциологической* теории происходит наработка достоверного систематизированного знания о социальных объектах и процессах (не являются исключением также инновационные процессы как форма реализации социального творчества и способ преобразования социальной реальности, средство развития социальных систем).

На уровне *специальной социологической теории* происходит анализ явлений и процессов как относительно самостоятельных подсистем с учетом их общих и специфических особенностей, взаимосвязи с более широкими системами. Анализ инновационных проблем в рамках единой специальной социологической теории позволит не только разрабатывать теоретико-методологическую базу рассмотрения инновационных процессов и явлений в соответствии с требованиями науки и практики, но и создать качественную, гибкую, наиболее адаптированную к постижению социальной инноватики систему социологического изучения транзитивного общества. Как известно, именно социальная сторона транзитуции доставляет особенно много трудностей, практическое преодоление которых связано с активным использованием достижений современной социологической науки.

Социология инноваций — наука, которая исследует закономерности инновационных процессов с помощью собственной системы категорий. Инновации и инновационные процессы она рассматривает как социальные феномены, движимые активностью функционирующих в них социальных субъектов, их интересами, потребностями, спецификой их взаимодействия.

Социология инноваций представляет собой отрасль социологической науки, *специальную социологическую теорию*, содержание которой составляют законы и категории, определяющие творчески-преобразующие инновационные процессы и явления в качестве необходимого условия дальнейшего прогрессивного развития общественной системы. В социологии инноваций исследуются особенности инновационных процессов и явлений как специфического элемента общественного развития с учетом системы факторов, влияющих на них, а также возможность и необходимость их социологического анализа, результаты которого могут использоваться для совершенствования управления всей инновационной деятельностью.

Социология инноваций опирается в познании на универсальные принципы методологии науки, к которым относятся:

✓ *принцип комплексного подхода* к изучению инновационных процессов и явлений, что выражается в необходимости исследования всей совокупности факторов их реализации, действующих комплексно и на различных уровнях социальной организации;

✓ *принцип системного подхода* к изучению инновационных процессов и явлений, что выражается в необходимости исследования инновацион-

ных процессов в порядке их реализации по этапам и с учетом множества всех структурных и функциональных связей и отношений;

✓ *принцип единства теории и практики*, что подчеркивает взаимосвязь теоретического и эмпирического в познании инновационных процессов и явлений;

✓ *принцип социального детерминизма* как причинная обусловленность и взаимосвязь всех явлений и процессов, существующих в жизни общества и человека;

✓ *принцип сочетания объективного и субъективного*, выражающий зависимость появления и протекания инновационных процессов от субъективных характеристик их участников, субъектов инновационной деятельности.

Специфические принципы познания ориентированы обеспечить обратную связь между инновационной теорией и практикой. В связи с этим возможно допустить, что они формируются с учетом специфики самих инновационных процессов и принципов инновационной методологии.

Объектом социологии инноваций выступают все процессы, происходящие в обществе и нуждающиеся в совершенствовании путем инноваций, а **предметом** — социальное содержание инновационных процессов. А именно: природа и специфические функции социальных механизмов инновационной деятельности; особенности адаптации к инновационным изменениям; специфика реализации инновационной деятельности по сферам; особенности формирования инновационных идей; соответствие общественных потребностей инновационным преобразованиям; структура и динамика инновационных процессов; социальные аспекты инновационной деятельности; социальные проблемы и последствия инновационной деятельности; нормы и ценности инновационной деятельности; особенности институционализации инноваций; мотивы и стимулы инновационной активности. Причем исследования проводятся *как* с точки зрения влияния инновационных процессов на жизнедеятельность общества, *так* и влияния общества на ход и направление инновационных процессов. Таким образом, социология инноваций изучает инновационные аспекты социальных процессов и социальные аспекты инновационных процессов.

Предмет социологии инноваций **социален**:

✓ *по своей природе* (на всем протяжении инновационных процессов в их основе лежат интересы и потребности людей);

✓ *по конечному целеполаганию* (именно социальный фактор предопределяет эффективность инновационных преобразований и их оценку);

✓ *по инструментальной реализации* (средством воплощения инноваций является сам человек, и состояние его инновационной активности, включенности, адаптивности, культуры во многом предопределяет результативность инновационных процессов).

В фокусе исследовательских интересов в рамках социологии инноваций оказываются социальное содержание инновационных процессов, их социальная многомерность, социальная обусловленность. Социальная материя интегрирует все виды инновационных процессов, составляет их основу, что дает основание для активного включения социологии в исследование инновационной практики как на теоретическом (что предполагает разработку методологии изучения инновационных процессов), так и на практическом (что предполагает оценку состояния проблемного поля через призму социальной составляющей, глазами общественного мнения) уровнях.

Анализ результатов исследования социальных аспектов инновационной практики позволяет определить **цели** социологии инноваций:

- ✓ изучение особенностей среды реализации инновационных процессов, выявление факторов, определяющих ход инновационной деятельности и влияющих на ее результативность, а также возможностей оптимизации инновационной практики;

- ✓ исследование вопросов адаптации к инновациям;

- ✓ анализ социальных механизмов инноваций, социальных факторов и резервов оптимизации конструктивно-преобразующей деятельности.

Достижение обозначенных целей социология инноваций осуществляет через решение следующих познавательных и практических **задач**:

- ✓ изучение мотивов и стимулов инициативы, творчества, предприимчивости;

- ✓ анализ структуры и форм инновационной деятельности;

- ✓ исследование классификационно-видовой и типологической структур инноваций и их специфики;

- ✓ совершенствование методической базы анализа и диагностики инновационных ситуаций;

- ✓ построение гибкой системы управленческого воздействия на инновационную деятельность;

- ✓ создание качественной системы социологического обеспечения инноваций, конкретизацию методического арсенала обеспечения инновационной деятельности;

- ✓ разработку способов фиксации и критериев оценки инновационной деятельности;

- ✓ комплексное изучение факторов, обеспечивающих инновационный процесс.

В рамках данного исследования нами определяются **функции** социологии инноваций, отражающие ее роль и значение в изучении инновационной практики с учетом решения познавательных и практических задач, стоящих перед ней.

Познавательная функция связана с изучением социальных закономерностей и тенденций инновационного развития через:

✓ обеспечение сбора и систематизации социальной информации, полученной в ходе проведения социологических исследований;

✓ объяснение причинно-следственных и функциональных связей в инновационной деятельности, а также выявление ее мотивов, социокультурных и психологических предпосылок;

✓ осуществление инновационного прогнозирования с целью предвидения потребностей, интересов и проблем инновационной практики.

Практическая функция связана с обеспечением социальной эффективности осуществления инновационной деятельности и реализации инновационных процессов посредством целенаправленного управления ею через:

✓ планирование инноваций;

✓ маркетинг инноваций;

✓ менеджмент инноваций;

✓ использование инновационных социальных технологий с целью социального контроля состояния инновационной практики и преодоления барьеров реализации инновационной деятельности.

Анализ результатов научных исследований в области изучения специфики реализации инновационных процессов [7; 8; 26–28] позволил нам дополнить и сформулировать в рамках социологического подхода некоторые *закономерности* инновационных процессов:

✓ *динамическое равновесие*, выражается в том, что нарушение равновесия в социальной системе происходит в соответствии с особенностями социокультурной динамики и отвечает стратегическим интересам развития;

✓ *взаимоадаптация инноваций и среды их реализации*, обусловлена необходимостью обеспечения приспособления социальных субъектов к новым условиям жизнедеятельности и соответствия инновационных преобразований нуждам и потребностям людей (адаптация к инновациям и социализация инноваций);

✓ *комплексность* инновационного процесса, выражается в отсутствии «чистых» типов инноваций (только технических, или только экономических, или только социальных), т. е. каждый тип инноваций имеет свой социальный смысл и последствия (психологические, мировоззренческие, культурные и пр.);

✓ *социальный дискомфорт и конфликтность* инновационной деятельности в виде сопротивления инновациям, появление инновационных диспозиций как следствие нарушения привычного порядка, привилегий и статусов, что порой создает серьезные препятствия к осуществлению инновационной деятельности;

✓ *диффузия* инновационной деятельности, когда реализация конкретной инновации «провоцирует» цепочку последующих инноваций в той же или смежных областях;

✓ *возможная регрессия* инновационной деятельности при отказе от последующих инноваций и снижении инновационной активности как следствие предыдущего неудачного инновационного опыта;

✓ *этапность инновации*, то есть постепенная последовательная смена приоритетов и ценностей в сознании людей и также последовательная и постепенная реализация и использование инновации;

✓ *диалектичность взаимодействия традиций и новаций* в культуре, которые выражаются в непрерывности цепочки «инновации — традиции — инновации — традиции», объясняемой как возникновение и реализация инноваций на основе традиций.

В рамках обозначенной специальной социологической теории инновации понимаются как средство социально-экономического развития общества и его модернизации, способ самоорганизации и развития. Социология инноваций признает объективный характер инновационных процессов и связь их с социально-экономическими и *социально-культурными* закономерностями. Спецификой подхода социологии инноваций к определению своего проблемного поля выступает то, что инновации рассматриваются как способ существования *социальных систем, социального развития, социального регулирования*. Вместе с тем инновация позиционируется как форма человеческой деятельности, а значит, форма управляемого развития, которое возможно только при учете социального механизма осуществления инновационной деятельности, формирующейся *под влиянием потребностей общества*.

Социология инноваций взаимосвязана (имеет *общий* методологический базис) с общесоциологической теорией и целым рядом специальных социологических теорий: социологией управления, социологией труда, социологией организаций, социологией культуры, социологией личности, социологией творчества, социологией предпринимательства, экономической социологией, социальной психологией и пр. *Особенной* в этой взаимосвязи выступает предметная область социологии инноваций, в которой акцентируется исследование инновационной компоненты в изучаемых названными теориями сферах социальной жизнедеятельности с точки зрения ее появления, реализации, мотивации, стимулирования, управления и т. д.

Социология инноваций как специальная социологическая теория соединяет теоретическое знание с эмпирическим, демонстрирует единство теории и практики, дает возможность уточнять исходные положения за счет их эмпирической проверки и обеспечивать результативность и эффективность методологии и методики.

Основные понятия социологии инноваций репрезентированы в ее категориальном аппарате, который отражает ее объектно-предметную область.

Возрастание роли социологии в изучении инновационных феноменов и процессов усиливает как познавательный, так и практический потенциал результатов таких исследований. *В теоретическом плане* это, безусловно, обогащает инновационную теорию, а именно, дает возможность: уточнить проблемное поле через операционализацию и интерпретацию ключевых феноменов инновационной практики с учетом социального аспекта их содержания; репрезентировать категориальные и классификационные матрицы инноваций; представить систему факторов, определяющих восприятие и оценку инноваций; обосновать комплексную систему социологического мониторинга и оценки инноваций. Таким образом, на теоретическом уровне социологического изучения инновационной сферы происходит пополнение знания за счет его конкретизации с учетом специфики развития инновационных процессов, их форм, видов, структуры, а также социальных условий реализации.

Практический уровень изучения инновационных феноменов предполагает организацию и проведение социологического мониторинга и экспертизы инновационных процессов с целью их оптимизации на основе информационного обеспечения, что способствует интенсификации инновационной деятельности за счет создания гибкой, конструктивной инновационной политики.

Благодаря осуществлению социологического мониторинга и экспертизы инновационной практики социология инноваций может выявить реальные противоречия между качественными и количественными показателями инновационной деятельности, между потребностями общества в инновационных изменениях и их фактическим наличием, между оценками экономической и социальной эффективности инноваций; несоответствие конкретных инноваций нормам культуры и системе ценностей данного общества. Таким образом можно определить *экстенсивность* (распространенность) и *интенсивность* (степень выраженности) *общественного мнения* (которое отражает *тенденцию* развития инновационных процессов), а также получить *экспертные оценки* (которые отражают особенные качественные характеристики инновационных процессов и явлений) по проблемам инновационной практики.

Роль социологии в развитии современного общества огромна. В то же время сегодня все больше говорят об «инновационном» обществе, подчеркивая тем самым значимость инноваций как средства развития социальных систем. В силу этого в проблемное поле современной социологической науки попадает и инновационная практика. Через изучение ее происходит социологическое обеспечение инновационного развития. Участие социологической науки позволяет произвести диагностику инновационной среды, выявить ее резервы и возможности, зафиксировать

тенденции развития инновационной деятельности и формирования общественного мнения по поводу инновационных преобразований.

Так, социология обеспечивает *обратную связь* между социальными ожиданиями в области инновационной практики и результатами инновационной деятельности и инновационной политикой. Социология инноваций позволяет определить, как современная инновационная деятельность сопрягается с потребностями общества; каковы реакция различных социальных групп на инновационные преобразования и эффективность инновационной политики в различных сферах социальной жизнедеятельности. По сути, *социология обеспечивает адекватность инновационной политики и инновационного планирования социальным запросам и ценностям, выступая тем самым связующим звеном между теорией и практикой инноваций.*

Оставаясь философской наукой на уровне теоретическом, социология выполняет методологическую и методическую функции при проведении эмпирических исследований. Она обеспечивает взаимодействие различных наук на прикладном уровне, за счет чего обогащается и сама социологическая теория. В этой универсальности — актуальность социологии, ее уникальность, что необходимо использовать при исследовании инновационных процессов и инновационных практик, как на теоретико-методологическом, так и на практическом уровне.

Таким образом, роль социологической науки в исследовании актуальных проблем инноватики заключается в следующем:

1) она изучает инновационную проблематику с позиций междисциплинарного и трансдисциплинарного подходов с целью повышения качества и полноты знаний в этой сфере;

2) обеспечивает развитие инновационной теории с учетом социально-культурной компоненты осуществления инновационной деятельности;

3) способствует росту потенциала использования социологической науки в исследовании инновационных проблем, их концептуализации на уровне специальной социологической теории — социологии инноваций — и обеспечению методической базы проведения социологических исследований;

4) позволяет повысить эффективность реализации инновационных проектов благодаря инновационной диагностике, методам сбора социологической информации, организации социологического мониторинга и экспертизы инновационной деятельности;

5) увеличивает результативность инновационной политики, разработанной с учетом современных тенденций осуществления инновационной деятельности;

6) фиксирует и объясняет логику взаимодействия различных социальных механизмов инновационной включенности исходя из потреб-

ностей общественной практики, что подтверждается использованием основных методологических принципов социологии инноваций в изучении регулятивных возможностей социальных механизмов инновационной активности;

7) за счет изучения взаимозависимостей ориентиров инновационной политики и содержания инновационной деятельности акцентирует внимание на исследовании последствий реализации инновационных преобразований, а также на выявлении (прогнозировании) назревающих проблем инновационной практики и возможных путях их решения.

Социология инноваций, представляя собой специальную социологическую теорию, имеет целью концептуализировать и объяснить инновации как самостоятельные феномены социальной жизнедеятельности с учетом общего и специфического, универсального и особенного в их происхождении и функционировании.

Как видно, оформление статуса социологии инноваций в системе современных наук не является случайностью. И обусловлено это не только расширением границ инновационной практики и накоплением огромного эмпирического материала, характеризующего различные аспекты инновационной деятельности.

Процесс становления социологии инноваций как отрасли социологической науки идет в русле тенденции формирования инноватики как отрасли знания. Конституирование социологии инноваций как специальной социологической теории является выражением процесса дифференциации, актуального для современной инноватики как отрасли знания в связи с расширением области реализации инновационной практики и необходимостью ее эмпирического изучения в целях повышения эффективности инновационной политики.

3.2. КАТЕГОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СОЦИОЛОГИИ ИННОВАЦИЙ

Масштабность и высокая динамика инновационных преобразований, осуществляемые во всех сферах жизнедеятельности современного общества, их содержательное и видовое разнообразие ориентируют на конкретизацию проблемного поля инноватики в системе социологических категорий. Степень разработанности категориального аппарата в значительной степени обеспечивает содержательную полноту и точность результатов исследовательской деятельности в обозначенной проблемной ситуации, предопределяет объем эмпирического поля, подлежащего изучению, а также создает методологическую основу исследования ин-

новационных процессов на теоретическом и практическом уровнях. Это создает предпосылку интеграции знаний на уровне междисциплинарных исследований с последующей их концептуализацией на уровне специальной социологической теории.

В настоящее время категориальный аппарат социологии инноваций находится в стадии формирования. В связи с этим одной из основных задач теоретико-методологического уровня является интерпретация и операционализация основных понятий инновационной теории с учетом содержания и структуры текущих инновационных процессов, инновационной деятельности, а также социальных аспектов их осуществления.

Адекватность категориальной структуры социологии инноваций инновационной практике достигается постоянной, систематической работой по ее уточнению и дополнению с учетом текущего состояния этой практики.

Центральным понятием данной специальной социологической теории является, безусловно, **инновация**. Однако следует констатировать содержательную вариативность данного термина в контексте сложившихся познавательных подходов, с одной стороны, и очевидную содержательную неравнозначность понятий «нововведение», «новшество», «инновация», что делает неоправданным их отождествление в процессе дальнейшего теоретического анализа, с другой стороны. Указанные обстоятельства весьма затрудняют исследовательскую деятельность в сфере инновационной теории и практики. Преодоление сложившейся ситуации имеет принципиальное значение для теоретического и эмпирического изучения инновационных феноменов.

Впервые появившись в XIX в. в культурологии для обозначения перенесения элементов одной культуры в другую с целью ее развития, термин «инновация» начинает активно использоваться только в 60–70-х гг. XX в. Он интерпретируется как средство производственной активности, приводящее к коммерческой выгоде. Попытки экономической интерпретации термина вполне объяснимы доминирующими технико-технологическим и экономическим подходами к исследованию инновационной деятельности.

Однако впоследствии термин «инновация» приобрел полисемантическую. С этим феноменом часто стали связывать все новое, поэтому понятия «инновация», «новое», «новшество», «нововведение» образовали единый синонимический ряд. Такое положение дел сохранилось и до сих пор, что привело к отождествлению понятий «инновация» и «нововведение», «инновация» и «новое». Это обстоятельство затрудняет понимание инновационной практики в связи с отсутствием терминологической определенности и содержательной ясности.

Одновременно в толковании термина «инновация» была попытка выйти за пределы технико-технологической и экономической сферы и дать комплексное определение понятию с учетом влияния изменений на социальную среду и взаимосвязи всех сфер жизнедеятельности. Такой подход начинает усиленно развиваться только в последнее время, что является отражением логики этапов развития инновационной теории. Большинство же исследователей до сих пор ограничивают предметную область инноваций только научно-техническими и экономическими проблемами.

Анализ имеющейся научной литературы дает возможность дифференцировать значение термина «инновация» в рамках технико-экономического и социального подходов.

Так, Й. Шумпетер, В. Д. Хартман, Б. Твисс, Л. Водачек, Б. Санто, Э. А. Уткин, Л. М. Гохберг, Н. Никсон, С. В. Валдайцев, В. Раппопорт, С. Бешелев и Ф. Гурвич, определяя отличительные особенности феномена «инновация», обращают внимание на такие базовые его характеристики, как нацеленность на экономический эффект, способность к изменению структуры производства, активное использование научных и технических ноу-хау для рыночного успеха. В этом случае инновация определялась как процесс приобретения новой идеей экономического содержания, или совокупность технических и производственных приемов, приводящих к появлению на рынке новых процессов и оборудования, или научный и экономический процесс использования изобретений с целью получения прибыли.

Представители «новой волны» технико-экономического подхода (последнее десятилетие) несколько расширяют понимание инновации, отмечая такие ее характеристики, как необходимая связь с управлением, получение социально-экономического (а не чисто экономического) эффекта, необходимость организационных преобразований как основы технико-экономических инноваций, однако при этом все равно главный акцент делается на коммерческих ресурсах и технико-технологическом потенциале.

Сторонники широкого подхода к инновациям пытаются преодолеть технико-экономическую ограниченность интерпретации термина и акцентируют творческую, социальную, гуманистическую сущность данного феномена, указывая на возможность использования инноваций в любой сфере общества, на наличие обязательного социального эффекта от реализации инновации любого типа, выражающегося в удовлетворении общественных потребностей [30; 32; 34].

Систематизация подходов к определению понятия «инновация» позволяет обозначить попытки рассматривать ее как:

1) процесс реализации новых идей, принципов (Б. Твисс [44], Б. Санто [41]);

2) систему развития всех способов и сфер жизнедеятельности с целью удовлетворения потребностей (Н. Т. Лапин, А. И. Пригожин [38]);

3) изменение производства, техники, управления, организации (Ю. В. Яковец [52], Л. Водачек [15]);

4) результат творчества в виде новой технологии, услуги, продукта и др. (С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич [12]).

Кроме того, никак нельзя забывать, что в каждой науке обнаруживается свой аспект рассмотрения инновационных феноменов, фиксируются особые качественные свойства инновации: *философы* делают акцент на наличие возможностей с помощью инноваций разрешить сложившиеся противоречия; *психологи* сосредотачиваются на исследовании личностных противоречий и конфликтов, связанных с инновационной деятельностью; в *технических* науках инновацию рассматривают только как появление нового в технике и технологии; *экономисты* акцентируют внимание на рентабельности и прибыльности использования любых новшеств, а сами инновации рассматривают как средство экономического роста и конкурентоспособности.

Таким образом, можно констатировать факт отсутствия однозначного понимания термина «инновация», что имеет следствием непрекращающиеся терминологические дискуссии. Очевидно одно – термин вышел далеко за пределы техники и экономики, встречается в разных сферах, в очень разных значениях и приобрел общесоциальный характер. Это является закономерным следствием значимости инноваций в развитии общества. Поэтому потребность в инновациях – характерная черта развитых обществ. Это обстоятельство подчеркивает общесоциальный статус инноваций, что требует трактовки термина «инновация» вне рамок технико-экономического подхода.

Инновации очень разнообразны, их реализация происходит повсеместно, результатом их осуществления является принципиальное, существенное, структурное изменение. Для того чтобы такие эффекты и последствия были положительными, инновация должна стать управляемой, а значит, контролируемой, сознательно инициируемой и соответствовать параметрам внешней среды (культурного и технико-экономического характера). Поэтому инновацию следует понимать как процесс, содержащий в себе экономическую, технико-технологическую, историческую, культурную, организационно-управленческую составляющие.

Однако, кроме обозначенных свойств, инновация должна содержать в себе элемент *новизны*, являться *результатом процесса* создания и *системной* реализации изменений, способствующих более качественному *удовлетворению потребностей* людей. Таким образом, инновация связана с творчеством, процессуальна по характеру, предполагает определенный эффект. В связи с этим *инновации* можно определить как логически

стройный, целесообразный процесс сознательно инициируемых изменений. Последние обусловлены фундаментальными и прикладными исследованиями в сферах культуры и материального производства и отличаются принципиальной новизной в формах и способах удовлетворения потребностей людей.

Вместе с тем необходимо принципиально разграничить понятия «инновация», «новшество» и «нововведение» (хотя в научной зарубежной литературе эти понятия являются синонимами [54–62]), что можно объяснить спецификой перевода термина на русский язык.

Новшество — это совокупность новых идей, предложений, которые потенциально могут быть осуществлены, а при условии их масштабного и эффективного использования — стать основой любого нововведения. Иными словами, это проект, который в случае успешной реализации и тиражирования может стать нововведением.

Необходимо сделать ряд оговорок, касающихся методологических принципов определения термина «нововведение». В настоящее время существует ряд методологических установок, с позиций которых этот термин чаще всего интерпретируется исследователями. В качестве таковых выступают:

1) системно-деятельностная концепция нововведений [33; 37; 39], согласно которой они представляются как *процесс* разрешения объективных проблем общественного развития путем инновационной деятельности людей, предполагающей изменение, развитие всех способов жизнедеятельности для удовлетворения возникающих интересов и потребностей;

2) концепция социального регулирования [1; 8; 11] — нововведения трактуются как *форма управляемого общественного развития*, разновидность управленческого решения и неотъемлемый элемент социального регулирования;

3) концепция инновационного менеджмента [16] — «нововведение» и «инновация» понимаются как синонимы и представляются как *результат* реализации нового и его практического освоения.

Названные позиции фактически абсолютизируют какую-либо сторону инновационной деятельности и в силу этого не могут адекватно и исчерпывающе описать сам феномен.

Существует еще ряд принципиальных моментов, предваряющих интерпретацию термина «нововведение» и выступающих основой его категоризации. Необходимо иметь в виду, что любое нововведение:

1) имеет определенный эффект после реализации;

2) предполагает существенное, целенаправленное, комплексное изменение структуры или системы, в которой оно происходит;

3) находится во взаимоотношениях прямой и обратной зависимости с факторами среды осуществления;

4) является целенаправленным и комплексным процессом реализации новшества;

5) имеет свою структуру и «жизненный цикл» (период времени от зарождения идеи до ее использования потребителем).

Таким образом, **нововведение** — это комплексный, целенаправленный, последовательный процесс создания, распространения и использования новшества, целью которого является удовлетворение потребностей и интересов людей новыми средствами, что ведет к определенным качественным изменениям состояния системы (или области, где реализуется новшество), способствует возрастанию эффективности и повышению ее стабильности, жизнеспособности.

Очевидно различие уже обозначенных категорий и понятия «новаторство». По отношению к категориям «новшество» и «новаторство» термин «нововведение» является более широким. Прежде всего, нововведение предполагает *многократное, массовое использование* новшества и является результатом его освоения. **Новаторство** же можно представить как восприимчивость субъекта к новым для данной системы идеям, опыту. Это не только массовое движение по распространению начинаний и новшеств, это *черта личности*, выражающаяся в стремлении к прогрессивному, развиту чувства нового и инновационном мышлении.

Разработка и реализация инноваций представляет собой определенный процесс собственно изменений, предполагающий создание, распространение и широкое использование новшества. Этот процесс будем называть **инновационным**, тогда **инновацируемые процессы** — процессы жизнедеятельности общества (личности, групп, организаций), которые должны быть изменены посредством нововведений.

В силу того что инновации, особенно социальные, есть комплекс взаимосвязанных и взаимообусловленных изменений, терминологически проще этот комплекс обозначить как **инновационный массив**, который включает совокупность нововведений одного уровня. Система инноваций здесь рассматривается как целое и обусловлена социокультурными особенностями среды их реализации.

Инновационные процессы реализуются через инновационную деятельность, которая представляет собой вид продуктивной творческой деятельности, направленной на реализацию нововведений. **Инновационная деятельность** составляет сущность любых нововведений, является процессом, связанным с разработкой и реализацией инноваций. Особенностью ее является то, что она не исчерпывается только реализацией инноваций, а связана еще и с их разработкой [43, с. 21].

Существует ряд понятий, связанных с категорией «инновационная деятельность». Например, некоторые используют категорию **«инновирование»**, под которой понимают оптимизацию инновационной деятельности с целью достижения высокого социального результата и которая касается социальных объектов и субъектов управления, мотивации человеческого поведения [45, с. 135–136].

Инновационная деятельность реализуется в системе определенных социальных отношений. В связи с этим уместно позиционировать категории «инновационные отношения», «субъекты инновационной деятельности», «объекты инновационной деятельности». **Инновационные отношения** – отношения между участниками (субъектами) инновационной деятельности и инновационных процессов (инноваторами, реализаторами и пользователями инновации).

Субъектами инновационной деятельности выступают юридические и физические лица, участвующие в инновационной деятельности. Это могут быть отдельные организации, научно-производственные комплексы, государственно-общественные образования, университетские центры, инновационные предприятия, а также отдельные лица. Субъектов инноваций на индивидуально-личностном уровне называют инноваторами.

Инноватор – автор инновации, изобретения. Ю. В. Яковец считает, что в качестве таковых могут выступать ученые, изобретатели, предприниматели, люди творческих профессий, политические и государственные деятели [53, с. 11–12]. Инноваторы являются социально активным, творческим элементом общества. Это и авторы, и проводники новых идей и разработок. Однако А. И. Пригожин [39] предлагает их условно дифференцировать на две группы: собственно инноваторы (они сами создают новшества, являются их непосредственными разработчиками) и реализаторы (те, кто активно участвует в осуществлении нововведения и, соответственно, их состав качественно и количественно меняется в зависимости от этапа «жизненного цикла» инновации). Среди инноваторов можно выделить «любителей» и профессионалов. В целом же социальный состав субъектов инновационной деятельности слабо изучен.

Объекты инновационной деятельности – все то, на что направлена инновационная деятельность. Поэтому в качестве объектов инновационной деятельности выступают не только объекты материально-технические, но и социальные (например, образование, управление и др.).

Вместе с тем осуществление инновационной деятельности и участие в инновационных процессах связано с **инновационным поведением**, которое в отношении нововведения выступает как совокупный интерес. В широком смысле слова под инновационным поведением можно понимать действия, в которых проявляется социально активное восприятие субъектом происходящих перемен. Речь идет о соответствующих взглядах, убежде-

ниях, ценностных ориентациях, целевых установках участников инновационных процессов, что в конечном итоге проявляется в позициях, которые занимают по отношению к конкретным нововведениям. Это стратегический тип поведения, обеспечивающий своим носителям широкий спектр возможностей. Относясь к активным типам индивидуального или коллективного поведения, инновационное поведение выступает способом развития индивида, организации, общества.

На уровне личностного инновационное поведение выражается в конкретной **инновационной диспозиции**, которая характеризует предрасположенность личности к изменениям, инновациям [42, с. 151]. Инновационная диспозиция проявляется в **инновационной активности**, которая представляет собой интенсивность и своевременность действий, связанных с производством и реализацией инноваций. В инновационной деятельности отражается и **инновационная ориентированность**. Это обобщенная социальная установка на любые инновации, проявляющаяся в ориентированности на перспективное развитие через инновационную деятельность, на что влияют уровень образования, самореализации, доступность информации [42, с. 130]. Инновационная активность и инновационная ориентированность зависят от состояния и регулятивных возможностей инновационной культуры. Инновационная ориентированность связана с инновационными установками, анализ состояния которых был дан в работах белорусского социолога С. А. Шавеля [51].

Инновационное поведение и инновационные диспозиции во многом обуславливают **инновационные потребности**, отражающие нужды людей в изменениях, их интересы и приоритеты. Поэтому чем больше каждая конкретная инновация будет соответствовать такому «социальному заказу», отвечать потребностям и опережать их, тем больше шансов у нее быть поддержанной и принятой. В противном случае произойдет рассогласование организации и реализации инновации с системой ценностей и интересов. Следствием такого состояния может стать **инновационная аномия** — дестабилизация общества в результате «навязывания» ему той или иной социокультурной инновации. То есть если инновация не подготовлена ни в психологическом, ни в культурном плане к восприятию ее людьми, создается ситуация социального хаоса и разбалансированности, что чревато социальными конфликтами. Хотя в некоторых случаях, аномия может быть формой адаптации к инновациям [35; 36] и в конце концов приводить систему в состояние стабильности. Любая инновация будет более эффективна по реализации и результату, если она органично вписана в комплекс социокультурных обстоятельств существования своего объекта на всех уровнях его функционирования. Инновация должна быть безопасной в экономическом, политическом, экологическом, куль-

турном и других аспектах. Инновационная практика ориентирует на соблюдение требования безопасности инноваций.

Безопасность инноваций — предупреждение и защита от напряженностей и конфликтов, возникающих в ходе осуществления инноваций, которые являются следствием их необдуманной реализации, отсутствия прогнозирования или нарушения их симметрии с системой потребностей, ценностей. Неподготовленная инновация будет негативно влиять на человека, его мировоззрение, психологию, статус и создавать барьеры для освоения.

Существуют и более общие категории, выражающие отношение к инновациям. Например, **инновативность** (которая указывает на различия в восприимчивости субъекта к нововведениям) или **инновационная восприимчивость** (она выражает способность быстро и эффективно осваивать новшество и зависит от социальных, психологических, организационных, технических факторов, а также от внешних и внутренних).

Можно позиционировать категорию **инновационная включенность**, выражающую ту или иную степень участия социальных агентов в инновационной практике на уровне социально-когнитивном, поведенческом и эмоционально-психологическом. Мера инновационной включенности определяет эффективность инновационных процессов, инновационную диспозицию социальных субъектов, инновативность и инновационную восприимчивость.

Инновационное поведение и деятельность предопределяются состоянием инновационного сознания, мышления и инновационной культуры. **Инновационное мышление** — форма интеллектуальной инновационной деятельности, связанная с ориентацией субъекта на создание новшества; является видом творческой деятельности (научной, художественной, изобретательской). Оно включает в себя взгляды и представления, порожденные практическим опытом людей, связанных с участием в инновационной деятельности, с осмыслением и оценкой ее результатов в повседневной жизни. Инновационное мышление обеспечивает включенность человека в инновационную практику через понимание ценности инновационной деятельности, ее целей, средств, результатов, последствий, что в конечном счете определяет инновационную мотивацию, инновационную восприимчивость, инновационную активность.

Инновационное поведение связано с инновационной культурой, которая через систему норм и ценностей, регулирующих инновационное поведение, обеспечивает их трансляцию, отбор, обновление и тем самым ориентирует на конкретные формы инновационной активности, выражающиеся в инновационных диспозициях.

Инновационная культура — сложившаяся в ходе общественно-исторической практики система норм и способов осуществления инноваций,

отношения к ним, характерная для конкретного общества, организации или человека. Она регулирует инновационное поведение через передачу из поколения в поколение сложившихся видов такого поведения, способов оценки и селекции нововведений, а также обеспечивает конструирование новых вариантов инновационной деятельности. Инновационная культура может формироваться стихийно и целенаправленно. Понимая особую значимость управленческого воздействия на инновационную практику и осознавая инновационную культуру как фактор, определяющий ход инновационных процессов и деятельности, необходимо признать важность ее целенаправленного формирования и поддержания на всех уровнях. *Д. М. Степаненко* считает, что она должна обеспечиваться прежде всего государством через систему национального образования и работу средств массовой информации [42, с. 21], а также через формирование общественного мнения в отношении инновационной деятельности и инновационной политики, популяризацию конкретных инноваций.

Инновационная культура предопределяет и диспозиции в отношении инноваций, и способы осуществления инновационной деятельности, и принципы отбора приоритетов, программ, степень использования инновационного потенциала, ход инновационных процессов с точки зрения результативности и эффективности. Она способствует созданию инновационного климата, формирует среду реализации инновации. Таким образом, необходимость регулирования инновационного поведения лежит в основе инновационной культуры.

Осуществление инноваций зависит от факторов, связанных со средой их реализации. Речь идет о такой среде реализации инноваций, которая представляет собой в широком смысле всю совокупность экономических, культурных, политических, технико-технологических и других обстоятельств, действующих на *макроуровне* реализации нововведения. В узком смысле под *средой инновации* можно понимать особенности ее планирования, организации и реализации в конкретной области. Состояние среды инновации весьма важно: определяет «жизненный цикл» инновации, влияет на процесс ее разработки и реализации, выступает фактором, обуславливающим эффективность инновационных проектов за счет возможности задействовать механизмы стимулирования и мотивации, планирования и управления, социологического изучения и маркетингового обеспечения. Комплексное понимание инновации предполагает учет двустороннего взаимодействия инноваций и среды их реализации.

Совокупность взаимодействующих факторов и элементов среды реализации создает определенную атмосферу, *инновационный климат*, в котором и происходит развитие нововведения. В то же время его реализация

изменяет каждый из элементов среды. Инновационный климат может быть *естественным* (в случае когда он формируется стихийно и ситуационно) и *сформированным* (в случае его сознательного моделирования как фактора инновативности). Инновационный климат лучше формировать целенаправленно, опираясь на принципы инновационного менеджмента: стимулирование ответственности, мотивацию, обеспечение условий для творческого труда через соответствующую переориентацию организационной культуры на инновации, формирование системы инновационного менеджмента и лидерства, использование системы мотивации и стимулирования продуктивной деятельности, а также всех научно-технических и информационно-коммуникационных возможностей в инновационном процессе. Подобный климат нужно рассматривать как элемент социального механизма инноваций, ибо, определяя творческую активность, он является выражением всех регуляторов инновационной деятельности (традиций, норм, стереотипов) и за счет этого может ускорять или тормозить преобразовательные процессы.

Есть смысл разграничить понятия «инновационная среда» и «инновационная сфера», которые иногда, на наш взгляд, неоправданно отождествляются. **Инновационная сфера** — область деятельности субъектов инновационных процессов, связанная с созданием и распространением инноваций. В качестве таковой может выступать любая сфера жизнедеятельности. Данное понятие шире по объему, чем «инновационная среда».

Осуществление инновации всегда связано с риском. Степень этого риска определяется различными факторами, которые предопределяются, с одной стороны, характеристиками самой инновации и особенностями адекватных ей процессов, а с другой — сферой и средой ее реализации. **Инновационный риск** — вероятность, угроза потерь экономического и социального характера при осуществлении инновационной деятельности, связанной с реализацией инновационных проектов и программ. Полностью избежать риска в инновационной деятельности нельзя, однако можно существенно его снизить. Для этого необходимо маркетинговое сопровождение инновационной деятельности, управленческое консультирование и социологическое обеспечение, прогнозирование и планирование. Особую значимость начинает приобретать система обучения готовности к инновационному риску.

Инновационное поведение и диспозиции в нем определяются в равной степени характеристиками самой инновации. К таким объективным характеристикам относятся:

✓ **выгодность инновации** — это показатель того, насколько она способствует повышению социально-экономической эффективности функционирования системы;

- ✓ совместимость — показатель степени приспособленности и соответствия инновации социальным нормам, ценностям, потребностям;
- ✓ сложность — показатель того, насколько инновация трудна для понимания, использования и адаптации к ней;
- ✓ этапность — показатель логичности, упорядоченности реализации инноваций по фазам и стадиям;
- ✓ коммуникативность — показатель доступности результатов инноваций для реализации на других объектах и включения в сферу коммуникаций работников.

Инновация будет **результативной (результативность инновации)**, если она является **завершенной и эффективной**. Под **завершенностью инновации** понимается степень реализации ее потенциала, а под **эффективностью (эффективность инновации)** — влияние ее реализованного потенциала на различные параметры среды реализации.

Результат инновации можно понимать как социально-экономический эффект, ради которого она осуществлялась [29, с. 38]. Однако этот эффект может быть крайне неожиданным и не всегда положительным, поэтому есть смысл говорить о последствиях инноваций и ввести соответствующую категорию.

Л. Я. Косалс считает, что **последствие инновации** — это не запланированный заранее эффект от внедрения, который может быть существенным или не существенным. Иногда такие последствия связаны со свойствами самого инновационного процесса [29, с. 38].

В зависимости от статуса инновации по обозначенным характеристикам решается вопрос о ее диффузии или рутинизации.

Если инновация оказалась сложной, неэффективной, некоммуникативной, ее распространение и дальнейшее использование должно прекратиться, т. е. должна произойти **рутинизация инновации**. Рутинизация инновации может случиться и в силу того, что она исчерпала свой потенциал или утратила свое значение в социальной или производственно-экономической жизни. В таком случае рациональным будет разработка программ ее постепенной и целенаправленной рутинизации и замены новой, перспективной.

Диффузия инноваций — это тиражирование инновации, расширение ее использования на смежных или других объектах, в различных сферах социальной жизни. При этом нельзя путать диффузию инновации с ее распространением.

Категория **«распространение инновации»** означает информационный процесс, форма и скорость которого определяются мощностью коммуникационных каналов, особенностями восприятия информации субъектами и их умением пользоваться этой информацией [13, с. 99].

Инновационная стратегия выступает важнейшим условием осуществления инновационной деятельности. Это план, программа, перспективная цель с обозначением путей и средств, ведущих к ее достижению. Инновационная стратегия является направлением инновационной деятельности по созданию, поддержанию и повышению инновационного потенциала, конкурентоспособности, жизнедеятельности в долгосрочной перспективе.

Инновационная стратегия в своем осуществлении предполагает **инновационную тактику** — комплекс конкретных организационно-управленческих мероприятий, обеспечивающих достижение стратегических целей.

Содержательно понятия инновационная стратегия и тактика связаны с инновационным потенциалом, инновационной инфраструктурой и отражают направление инновационной политики.

Инновационный потенциал — это способность и готовность осуществлять инновационную деятельность. При этом способность к ее осуществлению выражается наличием потенциала, а готовность выражает достаточность этого потенциала и ресурсов, в качестве которых выступают кадры, финансы, наука, образование. Об инновационном потенциале можно говорить на макро-, мезо- и микроуровнях (на уровне общества, государства, организации, личности) и представлять его как совокупность ресурсов (финансовых, интеллектуальных, научно-технических и др.), необходимых для осуществления инновационной деятельности. Инновационный потенциал является объектом управления, что дает возможность его не только сохранять, но и повышать. Основу инновационного потенциала сегодня составляет **инновационный человеческий капитал** (специалисты в области технических, естественных и социальных наук, маркетинговых и управленческих технологий). Исследования социального капитала и кадрового потенциала как фактора и источника инновационного развития проводились С. А. Шавелем [51].

Инновационный потенциал следует отличать от потенциала инноваций. **Потенциал инноваций** — возможность дальнейшего совершенствования инноваций, их распространения и синтеза (где *синтез инноваций* означает возможность их появления на основе инноваций уже существующих) [17, с. 11]. Потенциал инноваций связан с **ресурсами инновационной** деятельности, которые выражают совокупность инновационных возможностей. **Инновационные возможности** — средства и условия, необходимые для осуществления эффективной инновационной деятельности. Их составляют возможности кадрового, финансового, организационного, производственного, научно-технического обеспечения.

Инновационный потенциал, равно как и потенциал инноваций, поддерживается и создается инновационной инфраструктурой, которая может существенно влиять на их уровень.

Инновационная инфраструктура — это все организационно-экономические институты, обеспечивающие условия реализации инновационных процессов на основе принципов их экономической и социальной эффективности и безопасности. Иными словами, это система организаций, способствующих осуществлению инновационной деятельности (научно-инновационные предприятия; организации по финансированию и страхованию инновационной деятельности; организации, оказывающие маркетинговые, юридические, рекламные, социологические услуги; технопарки и др.). Задача инновационной инфраструктуры — поддерживать постоянное появление новых идей и способствовать распространению инноваций и реализации инновационной политики.

Инновационная политика — совокупность принципов, решений и действий, направленных на обеспечение развития инновационного потенциала, эффективную реализацию нововведений, научную организацию инновационной деятельности, использование соответствующих социальных технологий, обеспечение научного управления и обоснования инновационной деятельности и формирование инновационной культуры. Это целостная система действий, определяющая инновационную стратегию развития конкретных хозяйственных единиц и обществ, поэтому она может проводиться как на уровне государственном, так и на организационном. Инновационная политика задает цели инновационной стратегии и определяет приоритетные инновационные программы и проекты, способствует формированию инновационной культуры и инновационных социальных технологий как самостоятельных факторов инновационной деятельности. Для реализации поставленных задач она предполагает комплексность, долгосрочность и устойчивость в своих приоритетах.

Инновационные социальные технологии — структурированная совокупность приемов и методов, направленных на изучение, актуализацию и систематизацию инновационной деятельности, в результате которой создаются и реализуются инновации, вызывающие качественные изменения в различных сферах жизнедеятельности, ориентированные на рациональное использование материальных, экономических и социальных ресурсов. То есть инновационные социальные технологии являются средством инновационной деятельности.

Оценку действенности инновационной политики, качества ее реализации и социальной значимости обеспечивает *социологический мониторинг инноваций*. **Мониторинг инноваций** — организованные систематические исследования хода и характера инновационных изменений, связанных с инновационной деятельностью, а также их последствий, потребностей в них, их оценки общественным мнением, осуществляемые социологическими методами.

Мониторинг инноваций должен проводиться на всех уровнях и на всех стадиях инновационного процесса и инновационного цикла. *«Жизненный цикл» инновации* — совокупность стадий (этапов) от возникновения идеи до ее реализации, распространения и диффузии. *Инновационный цикл* охватывает период «от появления идеи до ее использования в промышленном производстве на коммерческой основе» [25, с. 67].

Безусловно, представленные категории не репрезентируют весь категориальный аппарат социологии инноваций, а являются ключевыми и дают возможность развития дальнейшей научной деятельности по систематизации и концептуализации категорий инноватики, инновационной теории с позиций социологической науки.

Таким образом, категориальная структура социологии инноваций является многоуровневой:

✓ *первый уровень* составляют категории, охватывающие главные характеристики проблемного поля, являющиеся *значимыми для общества* («инновационный процесс», «инновация», «новация», «новшество», «нововведение»);

✓ *второй уровень* составляют категории, охватывающие главные характеристики инновационных явлений и процессов с точки зрения их *внутреннего содержания и сущности* («инновационная инфраструктура», «инновационная сфера», «инновационная среда», «жизненный цикл инноваций», «инновационный массив», «субъекты инновационной деятельности», «результативность инновации» и др.);

✓ *третий уровень* составляют категории, обеспечивающие *социальный механизм* развития инновационной деятельности и социальный механизм регулирования инновационных процессов и инновационной деятельности («инновационное поведение», «инновационная деятельность», «инновативность», «инновационная культура», «инновационный потенциал», «инновационный климат», «инновационные диспозиции», «инновационная активность», «инновационная включенность», «инновационная аномия», «инновационное мышление», «инновационное сознание», «инновационный риск», «инновационная политика» и др.).

Таким образом, все категории социологии инноваций *внутренне взаимосвязаны и взаимодополняют* друг друга, являются *мобильными, отражают динамику* инновационных процессов и состоят в *неразрывной связи* с инновационной практикой. Они обеспечивают *прямую* (что выражается в формировании теории инноваций на междисциплинарном уровне и на уровне социологической науки) и *обратную* (что выражается в использовании теоретических разработок проблем инноватики на практике) связь научного познания и практического освоения инноваций.

3.3. РОЛЬ СОЦИОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ТЕОРИИ И ПОЗНАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРАКТИКИ

Эффективность и результативность инновационной практики обеспечиваются активным привлечением науки к обоснованию и сопровождению инновационных программ. Научное обоснование инновационной деятельности позволяет определить ее стратегические приоритеты, способы и формы реализации, сферы осуществления и целевые ориентиры. Такой подход к решению проблем инновационной практики является важнейшим условием разработки действенных программ инновационного развития. Особое значение в обосновании инновационных программ имеет социология, которая обеспечивает адекватность инновационной практики потребностям общества. Усиление роли социологической науки в повышении эффективности инновационной политики выступает ответом на потребности самого общества в нахождении оптимальных условий для воспроизводства инноваций на постоянной основе, оптимальных форм управления инновационной деятельностью, а также способов активного включения в нее человека. Максимальное использование социологической науки (ее теоретико-методологических разработок и конкретных методов исследования) как средства оптимизации инновационных процессов на всех уровнях дает *возможность* не только исследовать развитие инновационной деятельности, но и воздействовать на инновационную среду за счет познавательных возможностей и информационной базы *с целью* повышения ее чувствительности к инновациям. Это способствует созданию системы гибкой, конструктивной инновационной политики.

В современной инновационной теории вопросы возможности участия социологической науки в реализации инноваций почти не исследованы, хотя инновационная практика уже давно требует этого.

Изучение целей, методологических и методических основ включенности социологической науки в инновационную практику должно составлять особый предмет научных исследований в проблемном поле социологии инноваций.

Включенность социологической науки в реализацию инновационной практики носит комплексный, системный характер и предполагает научное обоснование и оценку инновационных процессов, проектов и программ, осуществляемых на различных уровнях, их информационное, управленческое, консультационное сопровождение с целью повышения их эффективности и минимизации издержек. Такая система мероприятий

связана с социологическим обеспечением инноваций и предполагает синхронное (одновременное) осуществление действий в двух направлениях:

1) социологического обоснования (изучения), систематического исследования, разработки и проектирования инноваций;

2) социологической диагностики инноваций, сопровождения их реализации, дальнейшей диффузии и использования.

Социологическое изучение инноваций предусматривает осуществление исследований в целях научной организации инновационной деятельности на всех этапах и уровнях ее реализации через описание и объяснение инновационных явлений и процессов в контексте всех связей, отношений и зависимостей, а также их прогнозирования на основе теоретико-методологических разработок в области инноватики в целом и социологии инноваций в частности. Это предполагает анализ конкретных инноваций, инновационных проектов и программ с точки зрения их соответствия нуждам социальной практики, социальным интересам и культурным ценностям. Для определения состояния названных параметров в рамках социологического изучения инноваций осуществляется обоснование:

✓ целей и задач каждого конкретного нововведения, его потенциальной социально-экономической эффективности;

✓ адекватности инноваций социальным ценностям, потребностям, запросам и ожиданиям;

✓ перспектив развития инновационной деятельности с учетом максимально большого веера возможных последствий его осуществления как позитивного, так и негативного характера.

Решение круга обозначенных проблем имеет *целью*:

✓ обеспечить стимулирование и мотивацию инноваций;

✓ проконтролировать реализацию инновационных процессов для их оптимизации;

✓ определить возможные последствия реализации конкретных инноваций;

✓ обеспечить обратную связь планируемых и текущих инноваций с общественными потребностями;

✓ прогнозировать и планировать инновационную деятельность, включая уровни и этапы ее осуществления;

✓ организовать инновации с учетом их включенности в процесс управления;

✓ минимизировать и нейтрализовать социальные издержки, зоны социальной напряженности, участки повышенной конфликтности, неизбежно возникающие в процессе реализации любой инновации.

Социологическая диагностика инноваций по объему поставленных и решаемых проблем представляет собой специфическую исследовательскую стратегию, более узкую процедуру в сравнении с социологическим изуче-

нием, направленную на выявление *социологическими методами* сущности инноваций и их функций, социального потенциала, степени влияния инновационной деятельности на все другие социальные процессы и явления, а также оценки их общественным мнением. Это позволяет получить ценнейшую информацию для выявления противоречий в инновационной практике и определения степени ее эффективности, что в конечном итоге обогащает инновационную теорию новыми фактами, вскрывает объективные проблемы, тенденции и закономерности инновационного развития, обеспечивает эмпирическую базу дальнейшего качественного методологического анализа проблемного поля инноватики, способствует формированию эффективной инновационной политики.

Фиксация неравнозначности понятий «социологическое изучение» и «социологическая диагностика» инноваций имеет принципиальное значение, так как составляет основу единого механизма *социологического обеспечения инноваций*. Являясь элементами этого механизма, каждая из категорий наполнена своим содержанием, исполняет свои функции и служит решению определенных задач. Это дает возможность анализировать основное содержание проблем, поставленных и решаемых каждой из выделенных структур, имея в виду, что обе они должны взаимопредполагать друг друга, осуществляться синхронно и одновременно.

Прежде чем перейти к детальному содержательному анализу каждой из составляющих социологического обеспечения инноваций, мы уточним, что *социологическое изучение инноваций* базируется на обосновании и объяснении инновационных феноменов, что означает анализ и прогноз относительно конкретных инноваций и инновационных проектов, а также выбор подходов к их исследованию (например, позитивистский, функционалистский, феноменологический и др.) и оснований исследования (системных, структурных, процессуально-деятельностных и др.).

Социологическая диагностика предполагает исследование проблемного поля инновационной практики с помощью определенных методов, принципов для выявления особенностей, факторов, результатов инновационной деятельности и ее последствий. Таким образом, инновационная диагностика является неотъемлемой частью социологического изучения инноваций.

Компонента изучения инноваций в системе их социологического обеспечения в качестве *задач* имеет: прогнозирование успешности планируемой или текущей инновации; выявление недоработок, «дефектов» инновации; осуществление сравнительного анализа конкретных инноваций; теоретико-методологическое обоснование инноваций конкретного типа; оценку инновационной способности систем, организаций, состояния инновационной инфраструктуры, организационно-управленческой и информационной составляющей инновационной деятельности, а также состояния инновационной культуры и инновационного климата, инновационной

восприимчивости и инновационной активности, правового обеспечения и экономической базы инновационной деятельности, эффективности инновационной политики и качества ее реализации на различных уровнях.

Структурная компонента «социологическое изучение инноваций» имеет как познавательные аспекты, связанные с накоплением знаний и решением соответствующих задач, так и прагматические, поскольку инновационные процессы воздействуют на общественную жизнь в самом широком смысле слова. Так, в фокусе исследовательского внимания оказываются субъекты инновационной деятельности, их отношения, инновационные системы и любые социальные системы, выступающие средой возникновения и реализации инноваций, которые рассматриваются с учетом взаимосвязи составляющих их элементов. Это дает возможность выявить особенности конкретного объекта, его структуру, специфику функционирования, что служит основой построения качественного прогноза дальнейшего его развития при условии определенных изменений.

Полученная при этом описательная и объяснительная информация позволяет изучить перспективы развития того или иного инновационного процесса в двух направлениях. Во-первых, с точки зрения вероятности появления различных инноваций в будущем. Во-вторых – анализа перспектив развития конкретного инновационного процесса, его последствий во всех сферах жизнедеятельности людей с учетом возможной вариативности восприятия его общественным мнением, обеспечивая тем самым обратную связь инновационной практики с социальными потребностями и приоритетами.

Социологическое изучение и обоснование инноваций осуществляется системно, что предполагает их последовательное (поэтапное) развертывание на всех стадиях инновационной деятельности и «жизненного цикла» инноваций с целью достижения понимания, объяснения и выявления проблем, непосредственно касающихся не только специфики реализации инноваций, но и особенностей факторов среды их осуществления.

Система мероприятий по обоснованию инноваций носит *комплексный характер* и осуществляется в отношении среды реализации инновационной деятельности с учетом совокупности или сочетания факторов ее осуществления, действующих как комплексно (совместно), так и локально, на различных уровнях (микро-, мезо-, макро-).

Реализация *принципов системности и комплексности* в структуре социологического изучения инноваций позволяет обнаруживать социальные проблемы и противоречия, обусловленные инновационной деятельностью, на всех этапах реализации инновационных процессов. Принцип системности отражает этапность реализации инновационных процессов, что предполагает использование при их изучении соответствующих методологических приемов и принципов, позволяющих получить:

✓ на 1-м этапе (до реализации инновации) — *аналитическую информацию* с целью фиксации возможных проблем, связанных с осуществлением инновации;

✓ на 2-м этапе (в процессе реализации инновации) — *конструктивно-преобразующую информацию*, что дает возможность оперативной и ситуативной доработки инновации с учетом особенностей, касающихся как ее «жизненного цикла», так и среды реализации;

✓ на 3-м этапе (после осуществления инновации) — *сравнительную информацию* через сопоставление целей и полученных результатов по определенным признакам, характеризующим инновацию и среду ее реализации.

Первый этап социологического обоснования инноваций имеет задачу создания системы прогнозной информации, позволяющей формировать многовариантные модели будущего. Прогнозирование в сфере проблем инноватики выступает результатом организованных социальных и социологических исследований, связанных с изучением: 1) социальных возможностей и последствий инновационной деятельности; 2) степени реализации ожидаемых социальных эффектов и результатов инновационных проектов в области социальной структуры и социальных потребностей; 3) характера изменения организационно-управленческих структур; 4) социальных аспектов инновационной деятельности в сфере труда, быта, образования, культуры, права, управления, здравоохранения и др.

Прогнозирование будет научным в той мере, в которой оно опирается на научный, системный, обоснованный анализ всех особенностей, закономерностей, условий развития инновационных процессов и объектов их реализации, а также на сформулированные гипотезы. Поэтому при построении любого прогноза должны быть учтены тенденции прошлого развития объекта реализации инновации, его настоящие характеристики и особенности, будущие возможности и перспективные потребности, а также специфика формы и результаты конкретных инноваций и инновационных проектов.

Прогнозная информация дает возможность построения программы и плана деятельности по реализации инновационных проектов с учетом большого спектра возможных ее вариантов, специфики различных факторов, действующих на инновационный процесс, механизма взаимoadaptации системы и инновации, а также позволяет осуществлять ситуационную корректировку плана сообразно требованиям объективной ситуации, создать более гибкий механизм адаптации к инновациям.

Таким образом, на первом этапе социологического обоснования происходит комплексная оценка и проектирование предполагаемой инновации с учетом особенностей реализации, последствий, возможностей взаимoadaptации со средой.

На втором этапе социологического обоснования, связанном с анализом процесса реализации конкретной инновации, происходит оперативное управление этим процессом. Возникновение «внештатных ситуаций» в реализации инновационной деятельности, неожиданных вариантов развития инновационных процессов связано со свойствами инноваций (нелинейность, открытость, рисковость и др.). Поэтому существует потребность быстрого реагирования на проблемы, возникающие в ходе их реализации, ситуационной коррекции реализуемых инновационных программ и проектов. Для этого необходимо оперативно проанализировать и описать выявившийся феномен, пересмотреть программу и план реализации инновационной деятельности, разработать новую систему действий, направленную на интенсификацию инновационной деятельности с целью нейтрализации конфликтных участков, связанных с ее осуществлением.

Третий этап социологического обоснования инноваций связан с проведением анализа, сравнения и оценки результатов воплотившегося инновационного проекта. Полученная информация может служить базой для дальнейшего изучения инновационных процессов, выявления их специфики и оптимизации инновационной деятельности.

Оценка эффективности может осуществляться различными методами:

- 1) статистическим (проводится на основании анализа параметров инновации на различных этапах ее реализации);
- 2) сравнительным (сопоставление пар инноваций или сравнение настоящих и прошлых инноваций);
- 3) посредством анализа критических событий (анализ существенных, значительных периодов в инновационном процессе);
- 4) посредством анализа конкретных случаев (анализ конкретного инновационного процесса).

В данном случае оценивается суммарный эффект от инноваций (положительный и отрицательный) с учетом издержек, сбоев реализации и «невведений». Информация, полученная на этом этапе, позволяет оценить эффективность инновации, определить ее место в системе других инноваций, выработать стратегию диффузии или рутинизации.

Система социологического обоснования инноваций замкнута, имеет циклический, спиралевидный характер, так как все этапы ее последовательны и связаны между собой, а последний (третий) этап является исходным для дальнейшего анализа инновационной деятельности по осуществлению конкретного нововведения, что имеет своим результатом более адаптивную (по сравнению с предыдущей) программу диффузии инновации и делает механизм ее осуществления более совершенным.

Прогнозирование является весьма сложной технологией. (Проблемы социального прогнозирования и моделирования серьезно изучались в трудах И. В. Бестужева-Лады [7; 8–11].) Так, в случае с инновационной

практикой *необходимо сделать ряд серьезных оговорок*, касающихся возможностей осуществления инновационных процессов. Нужно вспомнить *атрибутивные черты инноваций*, о которых уже говорилось, такие как *высокий уровень динамики, нелинейность, открытость, неопределенность, рисковость и др.* Все это делает каждую инновацию уникальным явлением, не повторяющим предыдущие и не имеющим стандартных форм проявления, жесткой программы реализации. Соответственно, с этим связаны *трудности изучения инновационных процессов, трудности в управлении ими, трудности их диагностики, а тем более прогнозирования.* На самом деле нужно очень критически относиться к постулатам о рациональности, планируемости, прогнозировании инноваций. Диагностика и прогнозирование инновационных процессов усложняются неопределенностью воздействия на них групповых и личных качеств пользователей, социокультурной среды. Именно это воздействие вносит самую большую лепту в проявление уникальности инноваций, поскольку обусловлено влиянием субъективных позиционных структур при восприятии инноваций, неопределенностью факторов внешней среды их реализации. На процесс осуществления инноваций влияет столько переменных, что в действительности невозможно разработать универсальную, всеохватывающую инструкцию.

Поэтому на повестку дня становятся вопросы *возможностей* прогнозирования в области инноватики. Во-первых, нужно отметить, что лучше поддается прогнозированию среда реализации инноваций, нежели сами инновационные процессы. Во-вторых, более точными являются краткосрочные прогнозы (до 5 лет), что обусловлено динамикой поколений, а следовательно, ценностей, изменениями во внешней среде. В-третьих, более продуктивны локальные прогнозы, касающиеся конкретных объектов реализации инноваций или конкретных инноваций, действующих в определенном временном и пространственном континууме. В-четвертых, возможности прогнозирования предопределяются видом инновации, что требует и различных видов прогнозов (по срокам, масштабности и др.). В-пятых, вероятность прогнозирования в инновационном поле повышается при наличии *комплексных, долгосрочных и устойчивых программ инновационного развития и инновационной политики.* В-шестых, системное теоретико-методологическое оформление проблем инновационной практики на уровне инновационной теории и *социологии инноваций* создает методологическую и эмпирическую базу инновационного прогнозирования и моделирования, существенно повышая тем самым потенциал прогнозирования и достоверность прогнозов.

Отмеченные особенности инновационной деятельности вовсе не означают невозможности прогнозирования инноваций в принципе. В противном случае инновационная деятельность превратится в спонтанный

процесс, далеко не всегда способствующий социальному развитию. Скорее, это говорит о необходимости нового подхода к инновационной диагностике, дальнейшего развития системного анализа и разработки особого научного направления — *инновационного прогнозирования*.

Таким образом, социологическое обоснование инноваций предполагает изучение возможных перспектив развития того или иного инновационного процесса и охватывает:

в о - п е р в ы х , прогноз вероятности появления различных инноваций в будущем;

в о - в т о р ы х , прогноз перспектив развития конкретного нововведения;

в - т р е т ь и х , прогноз возможных последствий инноваций в различных сферах жизнедеятельности;

в - ч е т в е р т ы х , прогноз инвариантов восприятия инновации людьми и их инновационных диспозиций;

в - п я т ы х , прогноз общественного мнения в отношении конкретных инноваций;

в - ш е с т ы х , прогноз потенциально возможных проблем и противоречий при осуществлении инновационной деятельности.

Социологическое изучение инноваций, в основе которого лежит их обоснование и прогнозирование, предполагает широкое использование конкретных методов социологического исследования. Можно сказать, что оно опирается на богатый арсенал методов сбора социологической информации, методические и методологические принципы исследовательской деятельности. Это не только способствует созданию банка эмпирической информации, но и позволяет поднять на более высокий уровень процессы инновационного прогнозирования.

Социологическая диагностика инноваций дает возможность определить сущность, функции, социальный (и иной) потенциал инноваций, выявить их влияние на различные социальные процессы. Это позволяет проанализировать противоречия и конфликты инновационной практики, а также репрезентировать общественное мнение о происходящих переменах и новых потребностях в них. Полученный эмпирический материал имеет большую ценность для изучения и прогнозирования инноваций, для информационного обеспечения инновационных процессов, а также фиксации тенденций в их развитии.

Социологический анализ инновационных проблем предполагает возможность организации и проведения различных видов социологических исследований, имеющих в качестве своего предметного поля инновационную теорию и практику:

1) *теоретических* (их осуществляют с целью совершенствования самой инновационной теории с позиций социологической науки);

2) *прикладных* (для изучения и решения конкретных проблем, сопровождающих инновационную деятельность);

3) *сравнительных* (осуществляют с целью сопоставления выводов по результатам различных эмпирических исследований, что позволяет не только анализировать закономерности, причины и факторы, предопределяющие изменение социальных процессов, но и систематически изучать влияние экономических, психологических, культурных и других условий на инновационную активность и восприимчивость);

4) *трендовых* (в целях исследования инновационной активности и специфики поведения в инновационной практике конкретных возрастных групп и когорт);

5) *локальных* (для изучения опыта реализации инноваций в конкретных организациях, а также определения уровня их эффективности и завершенности, особенностей адаптации к ним);

6) *оперативных* (в целях выявления отношения людей к актуальным фактам и событиям инновационной практики, степени эффективности проводимых изменений, что дает возможность ситуационной и оперативной коррекции инновационной деятельности);

7) *панельных* (осуществляют с целью получения информации об индивидуальных изменениях, касающихся инновационной креативности);

8) *ретроспективных* (для изучения предыдущего опыта производства и освоения инноваций, ошибок, сложностей, рисков, эффективности нововведений и инновационной деятельности);

9) *экспертных* (в целях получения сведений от специалистов в сфере инновационных технологий для обеспечения эффективности реализации, разработки нововведений или осуществления инновационной диагностики и прогнозирования);

10) *прогностических* (для прогнозирования и моделирования будущего состояния инновационных (изменяемых с помощью нововведений) систем);

11) *лонгитюдных* (в целях изучения динамики инновационных процессов с учетом особенностей развития инновационной деятельности и ее участников);

12) *мониторинговых* (для систематического исследования социальной динамики, что позволяет непрерывно получать статистические и социологические сведения об инновационных процессах, осуществляющихся в различных социальных сферах);

13) *маркетинговых* (в целях изучения потребностей в инновациях, рынка инноваций и инновационных услуг);

14) *аналитических* (для изучения причинно-следственных связей, характеризующих восприятие и оценку инноваций, особенности адаптации к изменениям, а также потребностей среды в инновациях);

15) *описательных* (с целью составить целостное представление о различных феноменах инновационной практики);

16) *комплексных* (в целях максимально полного учета и анализа различных групп факторов, предопределяющих появление проблем в инновационной практике, а также изучения специфики реализации этих проблем в различных социальных средах).

Названные виды социологических исследований проблем инноватики реализуются с позиций определенных исследовательских подходов и методов. Выбор таких подходов и методов зависит от различных обстоятельств: специфики проблемной ситуации, особенностей предмета и объекта исследования.

Совершенно очевидно, что *предметом* социологического исследования инновационных проблем *могут быть* как особенности текущих инновационных процессов, их эффективность, сложность, так и сами участники инновационных преобразований с точки зрения их инновативности (способности воспринимать нововведения), инновационных ожиданий, инновационной культуры, адаптации к изменившимся условиям и др. Избранный для исследования аспект предопределяет и стратегию социологического исследования.

Социология располагает целым арсеналом стратегий исследования. При этом нужно сделать акцент на то, что, используя только отработанные, ставшие традиционными схемы, исследователь рискует получить упрощенную и неадекватную информацию. Все это толкает на поиск и усовершенствование подходов и стратегий, применяемых в социологических исследованиях.

Кроме того, при исследовании инноваций необходимо учитывать особенную сложность данного феномена. Сложность проявляется в высочайшей степени его нестабильности, динамичности, противоречивости, неоднозначности и сложноструктурированности. В силу этого социологическая информация в отношении нововведений, полученная традиционными методами социологического исследования, может быстро устаревать, терять свою актуальность.

Общая тенденция последних лет – стремление к использованию и распространению *комплексных исследований* [5]. Исследование инновационной практики не должно выпадать из обозначенного контекста в силу не только зафиксированной выше сложности инновационных процессов и явлений, но и реальной необходимости изучения различных сторон (и не только экономических или технико-технологических) и уровней (микро-, макро-) взаимодействия среды реализации инноваций и самих инноваций, а также механизмов их взаимоадаптации. В силу

специфики изучаемого проблемного поля и поставленных исследовательских задач социолог не может ограничиться использованием только качественных или только количественных методов исследования, поскольку ни те, ни другие не являются универсальными и имеют свои познавательные возможности.

Изначально исследователь может ориентироваться на реализацию исследовательских проектов в рамках или качественного (феноменологического), или количественного (позитивистского) подхода. Тогда *качественные* исследования будут ориентированы на изучение феномена, единичного, уникального и нетипичного. В рамках анализа инновационной практики это дает возможность исследовать внутренние структуры субъекта, предопределяющие его установки, мотивы, скрытые смыслы, причины индивидуальных поведенческих стратегий, сущность исследуемой проблемы. *Количественные* же исследования, которые проводятся в рамках позитивистского подхода, ориентированы на получение количественной информации, описывающей тенденцию [6]. При исследовании инновационных процессов это дает возможность определить их направленность, вскрыть типичное в реализации конкретных нововведений или в отношении оценки их общественным мнением. Соответственно, каждый из названных подходов может обслуживаться определенным набором методов: качественных или количественных. В группу качественных, гибких методов входят: глубокое интервью, фокус-группы, биографическое и нарративное интервью, качественный анализ текстов. К числу количественных относятся: формализованный анкетный опрос, формализованное интервью, контент-анализ и стандартизированное наблюдение.

С помощью применения количественных методов исследователь всегда может установить факты инновационной практики, которые интересны степенью своей распространенности, степенью субординации с общественными потребностями. Использование качественных методов позволяет изучить и учесть вариативность мнений по поводу инноваций, включенность их в систему личных ценностей, значений и стратегий поведения, внутреннюю мотивацию к инновационной активности, специфику индивидуальных реакций на инновации. Это дает возможность лучше изучить особенности индивидуальных восприятий и оценок инноваций, потребностей в них и ожиданий, внутренних причин сопротивления переменам. Такая информация является просто необходимой для систематизации и комплексного изучения факторов индивидуально-личностного уровня, предопределяющих и степень инновационной лояльности, и меру инновативности (различия в восприимчивости нововведений).

Можно утверждать, что совмещение качественных и количественных подходов в социологическом исследовании дает возможность изучать

инновационную практику на микро- и макроуровнях, что существенно повышает ценность полученных результатов для осуществления инновационной диагностики и прогнозирования. Использование различных качественных и количественных методов в гносеологическом плане позволяет на практике реализовать проект их синтеза. Основными моделями синтеза качественных и количественных методов в социологическом исследовании выступают их сочетание и комбинирование.

Современные стратегии организации и проведения социологических исследований никак не отрицают возможностей целенаправленного использования *эвристических* методов сбора социологической информации при исследовании проблем инновационной практики.

Под эвристическими методами понимаются те, которые дают возможность получения информации, используемой в прогнозировании и диагностике инновационной практики (в нашем случае). К таким методам можно отнести: экспертный опрос, опрос текстов, виртуальное групповое фокусированное интервью, биографический метод.

Особое значение имеет *экспертный опрос*, так как экспертные оценки дают возможность предвидеть качественные скачки в развитии того или иного инновационного процесса и в наибольшей степени определяют вероятностный характер развития инновационных систем. Степень полноты и точности информации, полученной от респондентов-экспертов, довольно высока и может быть положена в основу диагностики и прогнозирования развития инновационной практики. Главными проблемами метода по-прежнему остаются подбор квалифицированных экспертов, а также разработка и реализация принципов осуществления коммуникации экспертов между собой.

Биографический метод представляет собой мультиметодологический подход к исследованию жизни человека на основе изучения его личного опыта, индивидуальных предпочтений и мотивов действий.

Суть биографического метода заключается в изучении отдельного (личного) случая (представленного в устной или письменной форме), зафиксированного на материальном носителе с помощью применения интерпретативных методик. Это дает возможность на основе анализа мотивированных описаний жизненных историй делать выводы не только о внутреннем мире человека, но и о переживаниях лиц, группы, организации в той форме, в которой они интерпретируют эти переживания.

В данном случае исследователь может исходить из того, что «жизненные истории» репрезентируются респондентами с позиций субъективно-личных представлений о собственной жизни и окружающей социальной реальности. Это дает основание предположить, что человек рассказывает свою собственную жизненную историю через контекст истории станов-

ления социальных институтов, происходящих социальных изменений, участником или свидетелем которых он являлся.

Таким образом, используя биографический метод, возможно не только выявлять контекст жизни респондентов, но и изучать сами исторические события и их влияние на жизнь человека в контексте процессов адаптации к происходящим изменениям и социализации в новых условиях. В отношении предмета нашего исследования такой методический прием предоставляет *возможность проследить взаимосвязь* вариантов поведения, формирования «жизненных путей» и жизненных позиций в зависимости от результативности и эффективности социальных преобразований и инноваций. Это в конечном итоге позволяет эмпирически *выявить структуру объективных и субъективных факторов*, предопределяющих инновационную активность, поведение людей в условиях трансформаций и инновационной деятельности, оценку нововведений, а также позволяет прогнозировать «фон» планируемых инноваций с учетом ретроспективного опыта реализации нововведений. Эвристика метода состоит в возможности прогнозировать ожидаемые поведенческие реакции в подобных ситуациях изменений, планировать программы минимизации их издержек и повышения эффективности через экстраполяцию выявленных в ходе исследования признаков и тенденций планируемых инновационных преобразований.

В социологических исследованиях накоплен опыт использования биографического метода для изучения жизненных установок «особых» людей. Речь идет об изучении *историй жизни выдающихся личностей*, добившихся большого жизненного успеха, или людей, оказавшихся в нетипичных, уникальных ситуациях. Анализ такой информации позволяет выявлять те личностные свойства и характеристики, которые оказались необходимыми и востребованными для производства новых социальных институтов и отношений, а *человек рассматривается как источник социально-культурных изменений*. Систематизация такого опыта дает возможность проектирования моделей поведенческих реакций на планируемые изменения. Методика организации и проведения биографических исследований представлена в трудах *И. Девятко* [20], *В. Голофаста* [18].

Можно использовать специфические способы исследования, позволяющие не только изучить инновационный потенциал и ориентации, но и обучить, выработать определенные поведенческие стратегии в отношении нововведений [21]. В этом ключе особую значимость приобретают *«мозговые штурмы», дебаты, деловые игры, тренинги и проективные методики*, которые носят скорее обучающий, нежели исследовательский характер. Однако можно обдумывать вопрос о возможностях использования таких приемов и с целью исследовательской, в силу того что в ходе

обучения инновационным практикам в системе консультирования нововведений и инновационного менеджмента предоставляется возможность также изучать (на микро- и среднем уровнях) особенности адаптации к нововведениям, формирования инновационной культуры и пр.

Рассматриваемые исследовательские практики могут обслуживать проблемное поле инновационной деятельности. Применение названных методов социологического исследования дает возможность получать качественную и количественную информацию по существу вопроса, проводить описание и диагностику инновационных практик, конструировать прогнозы состояния инновационной деятельности и перспективы реализации конкретных нововведений.

Понимая инновации как форму управляемого развития общества, признавая значимость целенаправленного создания инноваций, необходимо отметить важность проведения комплексных социологических исследований по проблемам инновационного развития на постоянной основе (в режиме *социологического мониторинга*). Такие исследования позволяют получить бесценную информацию, столь востребованную в системе социального управления. Это дает возможность, с одной стороны, совершенствовать методическую базу социологических исследовательских работ с учетом специфики новых феноменов социальной практики в целом и инновационной деятельности в частности. С другой стороны, социологическая информация способствует развитию самой инновационной теории, а также оптимизации управления инновационными преобразованиями, делает инновации более прогнозируемыми, адекватными социальным запросам. Кроме того, такая социологическая информация обеспечивает эффективность построения и реализации инновационной политики.

Таким образом, роль социологии в формировании инновационной теории и познании инновационной практики выражается:

- ✓ в возможности расширения теоретико-методологической базы инновационной теории и *в ее дальнейшем развитии по пути дифференциации на отрасли инноватики — социологию инноваций, инновационное прогнозирование и моделирование;*

- ✓ информационно-аналитическом обеспечении инновационной практики, что существенно повышает качество управленческих решений, связанных с ее обеспечением;

- ✓ обеспечении обратной связи инноваций и социальной среды, т. е. соответствия инноваций потребностям социальной практики;

- ✓ возможности конструирования и эффективного использования социальных механизмов инновационной деятельности;

✓ возможности оценки состояния инновационной деятельности, инновационной инфраструктуры, инновационной активности, инновационной восприимчивости и других характеристик субъектов инновационных процессов;

✓ возможности определить тенденции и закономерности в современном развитии инновационных процессов в различных сферах социальной жизнедеятельности;

✓ возможности оценки степени эффективности инновационной политики с целью ее своевременной коррекции.

Следовательно, включение социологической науки в реализацию инновационной практики выступает самостоятельным фактором оптимизации инновационных процессов на всех уровнях за счет их социологического обеспечения, а также способствует обоснованию и развитию теоретико-методологической базы инноватики как на междисциплинарном уровне, так и на уровне специальной социологической теории.

3.4. СОЦИОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КАК СПЕЦИАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Системное теоретико-методологическое осмысление инновационных феноменов, осознание значимости научного регулирования и контроля осуществления инновационных проектов и программ являются откликом на активное распространение инновационной практики, связанной с реализацией программ социально-экономического развития через инновационное обновление.

Это обстоятельство требует акцентировать *социальный аспект инновационной деятельности* как главный фактор ее появления и реализации. Кроме того, стратегия инновационного устойчивого социально-экономического развития ориентирована не только на обеспечение научно-технологических и экономических условий жизнедеятельности за счет реализации инновационных преобразований, но и на перевод социальной сферы в режим инновационного развития с целью ее дальнейшего совершенствования. В связи с этим возникает множество вопросов, касающихся изучения возможностей оценки результативности и эффективности реализации инновационной политики не только в научно-технической, экономической сферах, но и в социальной. Решение этих вопросов предполагает проведение сравнительного качественно-количественного анализа состояния инновационных процессов и явлений в режиме непре-

рывного *социологического мониторинга* с целью выявления динамики инновационного развития.

Таким образом, сегодня стоит задача системного изучения не только конкретных инноваций и факторов их реализации, но и самой *динамики* осуществления инновационных процессов во всех сферах, прежде всего социальной. Динамика инновационного развития отражает изменение состояния социальной сферы жизнедеятельности людей под воздействием инноваций. Содержание и направленность изменений отражаются системой качественных и количественных показателей, на основе сравнения которых возможно определить как тенденции инновационного развития социальной сферы, так степень его эффективности. Главным критерием уровня инновационного развития социальной сферы выступает человек, а точнее его развитие, повышение качества его жизни.

Гуманизация инновационной практики привела к *гуманитаризации* инноватики как отрасли знания, ее дальнейшей дифференциации с точки зрения появления в ней отдельных направлений, занимающихся исследованием социальных аспектов инновационной деятельности как фактора ее эффективности. Постепенно стали оформляться такие научные направления, как социальная инноватика, психология инноваций, сегодня формируется статус социологии инноваций как специальной социологической теории, уже наметилась тенденция ее дальнейшей дифференциации, проявляющейся в формировании предметного поля исследований социологии инновационного развития.

Возможность появления социологии инновационного развития, на наш взгляд, обусловлена необходимостью изучения развития инновационного потенциала с целью управления общественным прогрессом. Этим подчеркивается общественная потребность в их рассмотрении именно с социологической точки зрения, что, по мнению *Ж. Т. Тощенко* [46–48], является одним из условий возникновения и становления специальных социологических теорий. Исследование социологических проблем инновационного развития включает в себя исследование субъектов инновационной деятельности, социальных механизмов инновационного развития.

Объектом социологии инновационного развития выступают инновации и инновационные процессы, обеспечивающие социальное развитие.

Предметом социологии инновационного развития являются качественные и количественные изменения в социальной сфере жизнедеятельности или в отдельных ее компонентах (социальных отношениях, социальных институтах, социально-организационных структурах, сферах социальной жизнедеятельности и т. д.), которые происходят под воздействием инноваций и приводят либо к изменениям, либо к их качественным преобразованиям.

Социология инновационного развития исходит из понимания инновационной деятельности и инновационных процессов как фактора, обеспечивающего социальное развитие. В свою очередь, инновационное развитие определяется степенью реализации инновационного потенциала [2–4].

Признаками инновационного типа развития выступают:

1) возрастание роли науки и научного потенциала в жизни общества, в развитии человека и повышении качества жизни;

2) гибкость организационно-управленческих форм, способствующих формированию и развитию инновационной культуры и инновационной активности;

3) осуществление управления инновационным развитием посредством реализации государственных программ, направленных на достижение целей инновационной политики.

Инновационное развитие можно определить как:

✓ качественное изменение компонентов и структуры социальных отношений, их функций, происходящее необратимо (постоянно), закономерно (неслучайно, необходимо) и целенаправленно;

✓ программу усовершенствования возможностей инновационной деятельности в решении социальных проблем, объективированных в различных социальных сферах, а также в обновлении системы социальных взаимодействий преимущественно за счет развития инновационной культуры;

✓ управленческую деятельность, направленную на обеспечение непрерывного и интенсивного совершенствования социальной сферы посредством комплекса мероприятий, реализуемых через управленческие решения с целью прямого и (или) косвенного влияния на повышение уровня инновационной активности;

✓ динамику и направленность изменений в различных сферах социальной жизни, происходящих под воздействием инноваций.

В таком случае *социология инновационного развития* нами представляется как *специальная социологическая теория*, объясняющая и прогнозирующая особенности, основные направления и тенденции инновационного развития в различных сферах социальной жизнедеятельности, наблюдаемые на всех уровнях организации общества как выражение его качественной динамики и эффективности или результата целенаправленного управленческого воздействия. Эта специальная социологическая теория, находящаяся в стадии начала оформления своего методологического и методического аппарата, может исследовать соотношение глобального и локального в трансформационных процессах, выходя за рамки конкретных государств, фиксировать мировую тенденцию, определяющую инновационное развитие.

Являясь продолжением развития социологии инноваций как специальной социологической теории, возникнув на ее основе, социология инновационного развития имеет с ней общую методологическую базу, арсенал методов, принципов исследования проблемного поля. Отличие этих двух специальных социологических теорий заключается в изначальной установке социологии инновационного развития на изучение качественных и количественных показателей динамики изменений, происходящих в различных сферах общественной жизни, управленческих возможностей влияния на их эффективность.

В соответствии с этим *целью* социологии инновационного развития как специальной социологической теории является изучение тенденций инновационного развития в системе показателей его эффективности для обеспечения опережающего управления инновационным развитием на всех уровнях его осуществления.

Задачами социологии инновационного развития выступают: определение системы статистических и социологических показателей изучения качества инновационного развития; выявление тенденций инновационного развития; определение управленческих возможностей сопровождения инновационного развития посредством разработки инновационных программ, адекватных социальным потребностям и соответствующих мировым тенденциям социально-экономического развития.

Категориями социологии инновационного развития выступают «инновационное развитие», «условия инновационного развития», «механизм инновационного развития», «факторы инновационного развития» и др.

Методическую базу социологии инновационного развития составляют методы сбора социологической информации, обеспечивающие достоверность и надежность социологической информации при исследовании указанного проблемного поля.

Достижение исследовательских целей и задач в рамках социологии инновационного развития обеспечивается организацией и проведением социологического мониторинга показателей инновационного развития и экспертной оценки степени и направленности их проявления.

Применение социологического мониторинга в изучении особенностей инновационного развития обусловлено спецификой объекта социологии инновационного развития, который характеризуется нелинейностью, динамизмом и отсутствием жесткой заданности будущего состояния настоящим. Вариабельность структурных и функциональных изменений объекта в ходе воздействия инновационных процессов, когда происходящие в результате этого изменения имеют различные по характеру, направлению и силе последствия, не позволяет осуществлять линейную экстраполяцию данных с одних временных и пространственных срезов

на другие. Такая ситуация как раз и требует организации непрерывного мониторинга с целью слежения за изменением социальной ситуации в связи с инновационной деятельностью.

Мониторинг инновационных процессов — организованное системное исследование хода и характера качественных изменений в социально-экономической сфере, связанных с инновационной деятельностью.

Задача социологического мониторинга инновационных процессов — исследование, накопление и анализ фактов, отражающих специфику инновационного развития в различных социально-экономических сферах, и оценка их эффективности.

Принципы организации мониторинга исходят из особенностей объекта изучения и целей исследования. *Целью мониторинга* инновационного развития является получение объективной, оперативной и сопоставимой информации, позволяющей принять соответствующие управленческие решения для минимизации участков социальной напряженности в ходе осуществления инновационной деятельности и ее оптимизации.

Объект мониторинга — инновации и управление инновационными процессами (динамика показателей инновационного развития).

Содержание мониторинга изменение состояний и процессов, происходящее под воздействием инноваций.

Принципы мониторинга: 1) тождественность (соответствие системы мониторинга объекту); 2) комплексность (предполагает изучение и измерение не отдельных сторон инновационных процессов, а всего спектра их проявлений); 3) соподчиненность (субординация, корреляция) инновационных процессов с происходящими социально-экономическими; 4) массовость; 5) строгая воспроизводимость результатов; 6) сопоставимость [24; 40].

Мониторинг обеспечивает получение статистически значимой системы факторов и показателей, позволяющей использовать их для достоверной оценки рассматриваемых процессов, обозначения общей тенденции. Он дает возможность осуществлять эффективное и оперативное управление процессами структурных преобразований в инновационной деятельности.

Для понимания специфики социологического мониторинга инновационного развития необходимо уточнить, что и инновационные процессы и социальная сфера обширны и многообразны. Анализ инновационного развития ориентирует на дифференциацию форм самих инновационных процессов, которые лежат в основе инновационного развития, и сфер социальной деятельности, где оно осуществляется. Например, Е. М. Бабосов выделяет шесть блоков, по которым необходимо определить показатели качества инновационного развития в социальной сфере: 1) трудовая

деятельность и динамика доходов; 2) здоровье; 3) состояние образования и культуры; 4) состояние окружающей среды; 5) профессиональный успех и самореализация личности; 6) «антиблага», выражающие состояние неблагоприятных аспектов качества жизни [2; 3; 4, с. 385–387]. И. В. Бестужев-Лада добавляет еще состояние бытового обслуживания, содержание и качество досуга, обеспеченность жильем [10, с. 87–105].

В связи с приоритетностью инновационного развития социальной сферы возможно зафиксировать перечень критериев оценки инновационных проектов по следующим социальным характеристикам, отражающим качество жизни: благосостояние, здоровье, личная безопасность, культура, образование, бытовые условия, уровень занятости, социальная защита, демографическое развитие.

Инновационные процессы можно различать *по структурной составляющей* – содержанию, форме, масштабу. Критерием их дифференциации может быть *направление* происходящих в результате инновационного развития изменений: если они приводят к обеднению составляющих элементов социальной системы или отношений между ними, есть повод диагностировать деструкцию в развитии, регресс, а если, наоборот, инновационное развитие приближает социальную систему к определенному идеалу, оцениваемому положительно, – фиксируют прогрессивную ориентацию. Существуют *локальные* инновационные процессы (они охватывают часть социального пространства) и *глобальные* (охватывают все социальное пространство).

Динамическая составляющая инновационных процессов ориентирует на изучение инновационного развития во временном измерении, с учетом его фазы, продолжительности, интенсивности, ритма, темпа, обратимости. *Факторная составляющая* предполагает учет исследователями системы факторов (причин), детерминирующих инновационный процесс и инновационное развитие. Одни параметры (факторы) вызывают инновации и являются их причинами, другие – обуславливают и определяют их содержание, а третьи – определяют их продолжительность, темп и др. Есть параметры-условия инновационных процессов, к которым относится, например, наличие адекватной инновационной культуры и государственной структуры [23] или наличие знаний, технологий и коммуникации [17, с. 59]. Факторы могут быть положительными (которые содействуют инновационному развитию), отрицательными (соответственно, препятствующие ему); непосредственными (прямо воздействующие на инновационный процесс и его результаты), косвенными (действующие опосредованно, через источники и условия инновационного процесса).

Фиксация таких факторов в ходе социологического мониторинга инновационного развития дает возможность определить социокультурные детерминанты инновационного развития с целью воздействия на них че-

рез систему управленческих решений, конструирования адекватной инновационной инфраструктуры и инновационной государственной политики. Понимая возможность влияния на составляющие и факторы инновационного развития и осуществления инновационных процессов, зная их, правильно оценивая, можно воздействовать на инновационный процесс и оптимизировать его [22, с. 42].

В рамках социологии инновационного развития необходима не только оценка эффективности реализации инновационного развития в режиме социологического мониторинга с использованием социологических показателей. Весьма значимой является оценка состояния социального инновационного потенциала, как фундамента инновационного развития. Его обеспечивают: управление инновационным развитием на макро- и микроуровнях; формирование соответствующей инфраструктуры (в виде создания системы образования, информационного обеспечения и коммуникации субъектов инновационной деятельности); наличие государственных программ развития инновационной деятельности и инновационной культуры.

Анализ отчетов о результатах осуществления инновационной деятельности показывает, что статус инноваций, оцениваемый по степени воздействия на жизнь общества и его основные сферы, возрастает. Это ориентирует на мониторинг социокультурных детерминант инновационного развития, которые могут быть использованы в практике управления.

В предмет социологического мониторинга инновационного развития должна входить и сама инновационная политика с точки зрения качества ее состояния и степени эффективности реализации.

Социологический мониторинг инновационного развития позволяет оценивать и отслеживать *последствия* инновационного развития во всех социальных сферах по вышеназванным критериям.

Тенденцией в развитии современных инновационных процессов выступает стремление к расширению инновационных процессов — *глобализации инновационных процессов*, что ориентирует на интеграцию субъектов инновационной деятельности на всех уровнях. Соответственно, такая ситуация является поводом организации и проведения международных исследований особенностей инновационного развития в различных сферах по различным параметрам. В этом случае есть возможность получить сравнительную информацию.

Вместе с темой социологического мониторинга инновационных процессов поднимается весьма важная и не решенная к настоящему времени проблема качественных и количественных показателей инновационного развития по всем сферам социальной жизни.

Система таких показателей носит *комплексный* характер и обязательно должна включать систему *статистических* показателей и *социологических* индикаторов инновационного развития. Статистические (количествен-

ные) показатели — объективно наблюдаемые признаки, характеризующие инновационное развитие. Социологические (качественные) показатели выражают субъективное мнение о происходящих объективных процессах (хотя не составляет труда в данном случае определить и количественные показатели, например, состояния общественного мнения по поводу инновационного развития). К сожалению, в настоящее время не хватает статистических данных по оценке инновационного развития, и почти отсутствует социологическая составляющая оценки. Сложившаяся ситуация связана, с одной стороны, с отсутствием социального «заказа», потребности в проведении и реализации таких работ в силу особенностей экономического и политического развития нашей страны до 1990-х гг. С другой стороны, такое положение дел можно объяснить спецификой формирования отечественной инновационной теории (что произошло с большим запозданием по сравнению с Европой и Америкой), а также всеобщей (мировой) тенденцией доминирования технико-экономического подхода рассмотрения инновационных процессов как фактора экономического роста и получения прибыли. Эти обстоятельства существенно осложнили исследования социальной составляющей инновационного развития и, как следствие, привели к отсутствию на протяжении долгого времени статистики по основным параметрам реализации инноваций (за исключением технико-технологических) и очень спонтанной и архаичной репрезентации показателей социальных, изучение которых чаще всего инициировалось личным исследовательским интересом. Таким образом, статистика инновационной практики в социальной сфере оказалась еще недостаточно разработанной для целей научного изучения инновационных процессов.

Учитывая потребности инновационной практики, достигнутый уровень в развитии инновационной теории, востребованность системы социолого-статистических показателей инновационного развития резко возросла. В связи с этим, а также с тенденцией развития статистической науки во взаимодействии с наукой социологической (что выражается в формировании междисциплинарных социолого-статистических теорий) возникает необходимость формирования *статистики инноваций*. Нельзя сказать, что такая наука сегодня отсутствует. Она есть, но по-прежнему в ней преобладают количественные измерения искомого социального качества — состояния инновационного развития, что не дает возможности надежной и достоверной оценки названного проблемного поля.

Разработка социальных статистических показателей применительно к сфере инновационного развития является одной из главных задач на ближайшее время. Статус таких разработок и их роль обозначена в работах Л. М. Гохберга [19], И. А. Кузнецовой [31], Л. И. Бушуевой [14] и многих дру-

гих. Исследователи указывают на необходимость комплексных измерений инноваций, выходящих за рамки технико-технологических изменений.

Система социологического и статистического мониторинга инновационного развития по качественно-количественным показателям существенно пополнит информационную базу о состоянии и уровне инновационного развития с целью дальнейшей интенсификации инновационных процессов.

Инновационное развитие, реализуясь в социальной сфере, охватывает и развитие науки. В данном случае речь пойдет о развитии самой инноватики, дифференциация которой на современном этапе стала жизненной необходимостью. Речь идет не об ориентировании на локальные исследования в рамках обозначенных предметных полей, а о стремлении к *междисциплинарным* исследованиям проблем инновационного развития для комплексного понимания специфики инновационных процессов с позиций *тенденции интеграции* в рамках инноватики и *одновременно* к *специализации* исследований инноватики в рамках более конкретных предметных областей с позиций *тенденции ее дифференциации*. Это выражается в постепенном оформлении социологии инноваций, социологии инновационного развития, психологии инноваций, статистики инноваций, логистики инноваций.

Социология инноваций как специальная социологическая теория находится в стадии конституирования, что выражается в системной конкретизации ее предметно-объектной области, категориального аппарата, методологической и методической базы исследования и статуса в системе других наук. О развитии социологии инноваций свидетельствует появление на ее основе новых направлений научно-познавательного поиска. Примером тому служит начало оформления специальной социологической теории — социологии инновационного развития, предметное поле которой составляют качественные и количественные изменения в социальной сфере, происходящие под влиянием инновационных процессов, изучаемые в системе социолого-статистического мониторинга с использованием социологических индикаторов и показателей.

ВЫВОДЫ

1. Социология инноваций — специальная социологическая теория, содержание которой составляют законы и категории, определяющие творчески преобразующие инновационные процессы и явления в качестве необходимого условия дальнейшего прогрессивного развития общественной системы. Ее объектом выступают инновационные процессы и явления как целостный механизм общественной жизни, а предметом — кон-

кретные инновации в их социальном контексте. Социология инноваций взаимосвязана с общесоциологической теорией посредством общего методологического базиса, а ее место в системе других наук определяется поставленными целями, решаемыми задачами, осуществляемыми функциями, объектно-предметной определенностью. Методологические основания научно-исследовательской деятельности в социологии инноваций обеспечиваются соответствующим понятийным аппаратом, принципами осуществления познавательной деятельности, методикой организации и проведения исследования проблемного поля инновационной практики.

2. Категориальная структура социологии инноваций является многоуровневой. На первом уровне она охватывает характеристики инноваций, значимые для общества, на втором — отражающие их внутреннее содержание и сущность, на третьем — обеспечивающие социальный механизм регулирования инновационных процессов. Все представленные категории являются внутренне взаимосвязанными, отражают динамику инновационных процессов и неразрывно связаны с инновационной практикой. Система категорий социологии инноваций остается открытой для уточнения и дополнения, подтверждая тем самым прямую и обратную связь научного познания и практического освоения инноваций.

3. Существует необходимость научного обоснования инновационных процессов через социологическое обеспечение инновационных проектов и программ, осуществляемых на разных уровнях с целью повышения их эффективности и минимизации издержек. Включение социологии в систему научного обоснования инновационного развития происходит в двух направлениях: социологического обоснования, осуществляемого в отношении инноваций и среды их реализации, диагностики инноваций (посредством инновационного прогнозирования и моделирования) и их социологического изучения (посредством использования различных видов и методов социологического исследования), осуществляемого в отношении инноваций и среды их реализации непрерывно и на всех этапах реализации инноваций.

4. Выражением тенденции дифференциации в инноватике является не только концептуальное оформление социологии инноваций как специальной социологической теории, но и разработка теоретико-методологических основ социологии инновационного развития. Она представляется как специальная социологическая теория, объясняющая и прогнозирующая тенденции инновационного развития в системе качественных и количественных показателей динамики происходящих изменений.

5. Роль социологии в формировании инновационной теории и познании инновационной практики определяется возможностью использования ее теоретико-методологической базы для организации комплексных научных исследований инновационных процессов с учетом их социаль-

ной специфики; изучения инновационных процессов на микро-, макро- и мезоуровнях с учетом индивидуального и общественного, качественного и количественного, объективного и субъективного; воздействия на инновационную среду с целью повышения ее чувствительности к инновациям за счет информационно-аналитического обеспечения инновационной практики в русле ее соответствия потребностям общества; оценки степени эффективности инновационной политики с целью ее своевременной коррекции и повышения эффективности.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите причины становления социологии инноваций как специальной социологической теории.

2. Определите социологию инноваций как науку. Назовите ее объект и предмет.

3. Объясните принципы социологии инноваций как специальной социологической теории.

4. Назовите цели и задачи социологии инноваций в изучении инновационных процессов.

5. Определите и охарактеризуйте функции социологии инноваций в изучении инновационных процессов и явлений.

6. Проанализируйте закономерности инновационных процессов. Приведите примеры их проявления.

7. Каков статус социологии инноваций в системе социологического знания? В чем выражается взаимосвязь социологии инноваций с другими специальными социологическими теориями? Что общего и особенного в этой связи?

8. Опишите уровни изучения инновационной практики в социологии инноваций.

9. Обоснуйте роль социологии и социологии инноваций в исследованиях актуальных проблем инноватики.

10. В чем выражается многоуровневость категориальной структуры социологии инноваций?

11. Осуществите теоретическую интерпретацию и эмпирическую операционализацию основных категорий социологии инноваций.

12. Определите главные категории социологии инноваций. Проанализируйте подходы к их определению.

13. В чем заключается социологическое обеспечение инновационной практики?

14. В чем заключается социологическая диагностика инновационных процессов?

15. Назовите и проанализируйте этапы инновационной диагностики.
16. Какие методы оценки результатов инновационной деятельности существуют?
17. Какие виды социологических исследований можно использовать при изучении инновационной проблематики? Покажите возможности этих видов социологических исследований.
18. Определите возможности методов социологических исследований инновационных процессов и явлений. Проанализируйте возможности качественных и количественных методов, а также их сочетания и комбинирования в исследовании проблем инновационной практики.
19. Обоснуйте необходимость социологического и статистического мониторинга инновационной деятельности. В чем сущность социолого-статистического мониторинга инновационной практики?
20. Перечислите объект, предмет и принципы мониторинга инновационных процессов.
21. Какие статистические показатели и социологические индикаторы инновационного развития вы можете назвать?
22. Определите проблемное поле социологии инновационного развития.
23. Определите понятие «инновационное развитие». Перечислите принципы инновационного развития.
24. Определите объект-предметное поле статистики инноваций.
25. Проанализируйте возможности взаимодействия статистики и социологии в изучении инновационной практики.

Библиографические ссылки

1. *Александров В. А.* Прогнозирование и управление нововведениями. — Минск : БПИ, 1988. — 123 с.
2. *Бабосов Е. М.* Качество жизни в социологическом тезаурусе // Социология. — 2003. — № 3. — С. 3–9.
3. *Бабосов Е. М.* Модели управления устойчивым социально-экономическим развитием // Экономика и управление. — 2008. — № 3. — С. 3–9.
4. *Бабосов Е. М.* Основные направления инновационного развития в социальной сфере Республики Беларусь // Наука — инновационному развитию общества : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22–23 января 2009 г. / НАН Беларуси ; редкол. : М. В. Мясникович [и др.]. — Минск : Беларус. навука, 2009. — С. 384–388.
5. *Балабанова Е. С.* О комплексном характере социологических исследований // СОЦИС. — 2002. — № 10. — С. 11–16.
6. *Белановский С. А.* Глубокое интервью. — М. : Николо-медиа, 2001. — 280 с.

7. *Бестужев-Лада И. В.* Впереди XXI век: перспективы, прогнозы, футурология : антол. совр. классич. прогностики. — М. : Академия, 2000. — 480 с.
8. *Бестужев-Лада И. В.* Глобальный технологический прогноз на XXI век // СОЦИС. — 2007. — № 4. — С. 22–33.
9. *Бестужев-Лада И. В.* Нормативное социальное прогнозирование: возможные пути реализации целей общества (опыт системного анализа). — М. : Наука, 1987. — 212 с.
10. *Бестужев-Лада И. В.* Прогнозное обоснование социальных нововведений. — М. : Наука, 1993. — 240 с.
11. *Бестужев-Лада И. В.* Социальный прогноз и социальное нововведение // СОЦИС. — 1990. — № 8. — С. 87–93.
12. *Бешилев С. Д., Гурвич Ф. Г.* Нововведения и мы. — М. : Наука, 1990. — 207 с.
13. *Бирюков Е. В., Герасименко В. П., Кирьяков А. Г.* Инновационная деятельность в антикризисном управлении. — Ростов н/Д : Изд-во Ростов. ун-та, 2001. — 125 с.
14. *Бушуева Л. И.* Современная статистическая отчетность об инновациях и возможности ее совершенствования // Вопросы статистики. — 2007. — № 11. — С. 43–46.
15. *Водачек Л., Водачкова О.* Стратегия управления инновациями на предприятии : пер. со словац. — М. : Экономика, 1989. — 166 с.
16. *Гавриленко В. Г.* Правовые основы государственной инновационной политики / под науч. ред. П. Г. Никитенко ; Ин-т экономики НАН Беларуси. — Минск : Право и экономика, 2006. — 400 с.
17. *Гамидов Г. С., Колосов В. Н., Османов Н. О.* Основы инноватики и инновационной деятельности. — СПб. : Политехника, 2000. — 323 с.
18. *Голофаст В. Б.* Методологический анализ в социальном исследовании / под ред. В. А. Ядова. — М. : Наука, Ленингр. отд-ние, 1981. — 159 с.
19. *Гохберг Л., Кузнецова И.* Инновационные процессы: тенденции и проблемы // Экономист. — 2002. — № 2. — С. 50–59.
20. *Девятко И. Ф.* Диагностическая процедура в социологии : очерк истории и теории / Рос. АН, Ин-т социологии. — М. : Наука, 1993. — 173 с.
21. *Заславская Т. И.* Социетальная трансформация российского общества: деятельность-структурная концепция. — М. : Дело, 2002. — 568 с.
22. *Иванов В. Н., Патрушев В. И.* Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления. — 2-е изд., перераб. доп. — М. : Экономика, 2001. — 324 с.
23. *Карпова Ю. А.* Развитие интеллектуального ресурса в процессе инновационной деятельности : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 22.00.06 / Рос. ин-т интелект. собственности. — М., 1998. — 46 с.
24. *Кирдина С. Г.* Современные социологические теории: актуальное противостояние? // СОЦИС. — 2008. — № 8. — С. 18–28.
25. *Кокурин Д. И.* Инновационная деятельность. — М. : Экзамен, 2001. — 574 с.
26. *Конев И. В.* Закономерности инновационных процессов // Инновации. — 2005. — № 7. — С. 61–63.
27. *Конев И. В., Гусева Т. В.* Социальные барьеры организационных инноваций // Социально-гуманитарные знания. — 2005. — № 2. — С. 202–214.

28. *Конев И. В.* Социальное управление организационными инновациями в развивающейся корпорации : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.08 / Ростов. регион. акад. гос. службы. — Орел, 2005. — 47 с.
29. *Косалс Л. Я.* Социальный механизм инновационных процессов. — Новосибирск : Наука, Сиб. отд-ние, 1989. — 287 с.
30. *Крючкова С. Е.* Инновации: философско-методологический анализ. — М. : СТАНКИН, 2000. — 186 с.
31. *Кузнецова И. А.* Методология и практика статистического измерения инновационной деятельности в экономике России : современные тенденции // *Вопросы статистики.* — 2008. — № 5. — С. 30–46.
32. *Кушлин В. И.* Государственное управление инновационным развитием в современных условиях // *Социология власти.* — 2009. — № 5. — С. 38–44.
33. *Лапин Н. И.* Актуальные проблемы исследований нововведений // *Социальные факторы нововведений в организационных системах : тр. конф., Москва, май 1979 г. / Всесоюз. науч. исслед. ин-т систем. исслед. ; отв. ред. Н. И. Лапин.* — М., 1980. — С. 5–22.
34. *Марков А. В.* Государственная инновационная политика: теоретические основы и механизмы реализации. — Минск : Право и экономика, 2005. — 370 с.
35. *Мертон Р. К.* Социальная теория и социальная структура. — М. : АСТ : ХРАНИТЕЛЬ, 2006. — 873 с.
36. *Мертон Р. К.* Явные и латентные функции // *Американская социологическая мысль : тексты / под ред. В. И. Добренкова.* — М. : Изд-во МГУ, 1994. — С. 379–448.
37. Нововведения в организациях : тр. семинара / Всесоюз. науч. исслед. ин-т систем. исслед. ; Н. И. Лапин [и др.] ; отв. ред. Н. И. Лапин. — М., 1983. — 161 с.
38. Нововведения в организациях : тр. семинара / Всесоюз. науч. исслед. ин-т систем. исслед. ; Н. И. Лапин [и др.] ; отв. ред. Н. И. Лапин. — М., 1984. — 168 с.
39. *Пригожин А. И.* Нововведения: стимулы и препятствия. — М. : Политиздат, 1989. — 271 с.
40. *Робертс М.* Идеальный инновационный менеджмент / пер. с англ. О. В. Тугариновой. — М. : КСП+, 2004. — 255 с.
41. *Санто Б.* Инновация как средство экономического развития : пер. с венгер. / под общ. ред. Б. В. Сазонова. — М. : Прогресс, 1990. — 295 с.
42. *Советова О. С.* Инновации: трудности и возможности адаптации. — СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004. — 256 с.
43. *Степаненко Д. М.* Инновационная политика Республики Беларусь. — Минск : Право и экономика, 2005. — 283 с.
44. *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями : пер. с англ. / автор предисл. и науч. ред. К. Ф. Пузыня. — М. : Экономика, 1989. — 217 с.
45. Теория управления. Социально-технологический подход / Акад. наук соц. технологий и местного самоуправления [и др.] ; под ред. В. Н. Иванова, В. И. Патрушева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Муниципальный мир, 2004. — 672 с.
46. *Тощенко Ж. Т.* Парадигмы, структура и уровни социологического анализа // *СОЦИС.* — 2007. — № 9. — С. 5–16.
47. *Тощенко Ж. Т.* Эволюция теоретической социологии в России (1950–2000-е годы) // *СОЦИС.* — 2009. — № 6. — С. 16–27.

48. *Тощенко Ж. Т.* Эволюция теоретической социологии в России (1950–2000-е годы). Статья 2 // СОЦИС. – 2009. – № 7. – С. 3–16.
49. *Хучек М.* Инновации на предприятиях и их внедрение. – М. : Луч, 1992. – 147 с.
50. *Черчилль Г. А., Якобуччи Д.* Маркетинговые исследования. – 8-е изд. – СПб. : Нева, 2004. – 831 с.
51. *Шавель С. А.* Инновационные установки населения: предпроектный анализ // Социология. – № 3. – 2008. – С. 3–15.
52. *Яковец Ю. В.* Циклы. Кризисы. Прогнозы. – М. : Наука, 1999. – 447 с.
53. *Яковец Ю. В.* Эпохальные инновации XXI века. – М. : Экономика, 2004. – 443 с.
54. *Barer M. J.* Marketing new industrial products. – L. : Vacmillan Press Ltd., 1975. – 209 p.
55. *Bryant C. G. A.* Theorizing the Changes in East-Central Europe // The new Great transformation? / eds. : C. G. A. Bryant, E. Mokrzycki. – London, 1994. – P. 7–28.
56. *Druker P. F.* The Discipline of Innovation // Harvard Business Review: HBR Classic. – 1998. – November–December. – P. 149–157.
57. *Flichy P.* L'innovation technique Recents developpements en sciences sociales, vers une nouvelle theorie de l'innovation. – Paris : La Decouverte, 2003. – 251 p.
58. *Flichy P.* Vers une culture de l'innovation «Contribution preparatoire au rapport mondial sur la construction des societes du savoir». – Paris : UNESCO, 2005. – 237 p.
59. *Mensh G.* Stalemate in technology: Innovation overcomes the depression. – Cambrige Mass : Ballinger, 1979. – 240 p.
60. *Pavitt K., Walker, W.* Government policies towards industrial innovation : a review // Research policy. Amsterdam. – 1976. – Vol. 5. – № 11. – P. 14–58.
61. *Pavitt K.* Technology innovation and strategic management // Strategic Management Research: a European perspective. – Chichester, 1986. – Vol. 9. – P. 171–190.
62. *Uhlmann L.* The typology. Diffusion, policy. – L., 1979. – 307 p.

ГЛАВА | ИННОВАЦИИ

4 | КАК ФОРМА УПРАВЛЯЕМОГО ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

4.1. МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПРАКТИКИ

Реализация инновационной политики с целью повышения эффективности, устойчивости и стабильности социально-экономических показателей во всех сферах социальной жизнедеятельности ориентирует на активизацию самой инновационной деятельности и расширение поля инновационной практики.

Принципиальным является расширенное видение инновационных процессов и инновационной деятельности, охватывающих различные сферы социальной жизни с учетом их *социально*-экономических параметров и, соответственно, предполагающих различные способы их координации.

К сожалению, чаще всего освоение инноваций идет стихийно, методом проб и ошибок. Поэтому и перед обществом в целом, и перед отдельными организациями в частности стоит вопрос о том, как минимизировать издержки инновационной деятельности при отсутствии отлаженной системы управления и принятия решений в области инновационной практики.

Сегодня нельзя утверждать, что в принципе системы управления инновациями отсутствуют. Наоборот, за последнее десятилетие в этом направлении наметились определенные сдвиги — возник так называемый *инновационный менеджмент*, главной задачей которого является стимулирование инновационной деятельности, создание инновационной инфраструктуры, поддержание инновационного климата, позволяющего производить инновации на постоянной основе. В сферу современных исследовательских интересов попадает изучение возможностей управления инновационной деятельностью, которая осуществляется в рамках инновационного менеджмента.

В настоящее время инновационный менеджмент является очень привлекательным направлением как научно-исследовательской, так и практической деятельности. Существует множество научных разработок, в ко-

торых описываются содержательные и функциональные особенности, целевое назначение этого нового направления в системе менеджмента.

Сегодня можно говорить, что инновационный менеджмент является самостоятельным научным и практическим направлением, фактором общественного развития. Однако актуальным остается уточнение этого нового концептуального и методологического подхода к управлению инновациями в силу следующих обстоятельств: 1) подавляющее большинство моделей инновационного менеджмента сконструированы в рамках технико-технологического и экономического подхода к пониманию инновационной практики, при этом упускается множество ее социокультурных аспектов; 2) сложившиеся модели инновационного менеджмента базируются на принципах традиционного менеджмента, что за кадром оставляет специфику его объекта, которая должна учитываться при выборе форм и методов управленческой деятельности, связанной с инновациями.

Названные обстоятельства требуют конкретизации структуры и содержания менеджмента инноваций с целью приспособления его к особенностям инновационных процессов. Это даст возможность не только обосновать основные направления воздействия инновационного менеджмента как нового направления менеджмента, но и с учетом его возможностей гарантировать эффективное развитие управленческой деятельности с целью обеспечения инновационного развития.

Особое направление менеджмента — управление нововведениями (Innovation Management) — появилось в США еще в середине 70-х гг. XX в. Управление нововведениями рассматривалось как теория среднего уровня, которая была позитивистски, прагматически ориентирована на изучение производителей и потребителей инноваций с целью оптимизации инновационной деятельности для достижения коммерческого эффекта. Именно в это время инновационный менеджмент в качестве своего объекта имел организацию инновационных процессов. Этот период позволил эмпирически опробовать и научно обосновать влияние определенных факторов на инновационные процессы. К таким факторам были отнесены: состояние внешней среды; состояние внутренней среды и характер самого инновационного процесса. Позже они были конкретизированы с учетом того, что форму организации инновационного процесса в хозяйственной практике, способ его реализации определяют технико-технологические и организационные факторы, а также специфика самой инновации.

Постепенно в проблемное поле инновационного менеджмента стали включаться не только технико-технологические инновации, но и социальные. В силу этого объект инновационного менеджмента существенно расширился, а значит, соответственно изменились его функции, цели

и задачи, изменились границы и способы управленческого воздействия. Кроме того, к настоящему времени сложились различные *модели управления* инновациями [5; 6; 9; 14; 27; 33]: *системное управление* инновациями, которое целесообразно использовать в условиях решения различных инновационных проблем, когда происходит интеграция в единое целое всех этапов нововведения; *функциональное управление* используется при реализации локальных новшеств, когда нововведение осуществляется строго по этапам; *функционально-целевое управление* целесообразно там, где процесс реализации инноваций образует своеобразный бизнес-процесс и предусматривает сочетание вертикальных и горизонтальных связей; *программно-целевое управление* нововведениями связано с мобилизацией и интеграцией участников для решения принципиально важной проблемы; *социально-организационное управление* нововведениями используется для оптимизации инновационных процессов за счет устранения социальных и психологических барьеров инноваций; *стратегическое управление* нововведениями целесообразно там, где необходимо обновление стратегических целей предприятий и инновационной политики; *проблемно ориентированное управление* нововведениями используется с целью разрешения проблем, связанных с реализацией новшеств, и при опережающей стратегии нововведений.

Анализ данных моделей, учет практического опыта их реализации и вариантов теоретико-методологического обоснования позволяет определить с компонентами структуры менеджмента инноваций, его принципами, функциями и целевыми установками. Однако прежде необходимо проанализировать подходы к дефиницированию данного термина с учетом того, что в большинстве случаев исследователи используют термин «инновационный менеджмент», а не «менеджмент инноваций».

С позиций технико-экономического подхода инновационный менеджмент определяют как «самостоятельную область экономической науки и профессиональной деятельности, направленную на формирование и обеспечение достижения любой организационной структурой инновационных целей путем рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов» [12, с. 33].

Более широкое понимание инновационного менеджмента дано *Г. Е. Ясниковым*. Под инновационным менеджментом он понимает, «с одной стороны, организацию управления нововведениями, экономическое обоснование принимаемых решений и проектов в данной области, а с другой – управление социальной подсистемой, направленное на повышение инициативы и творческой активности работников предприятий» [38, с. 18]. В данном случае содержание понятия «инновационный менеджмент» расширено, поскольку фиксирует в качестве объектов управ-

ления не только технико-технологические процессы, но и социальные. Здесь лишь в общем обозначены роль управления социальными возможностями инновационных процессов, значимость инновационной деятельности и ее результатов для социальной среды. В действительности нельзя противопоставлять технико-технологические и экономические аспекты инновационной деятельности и исключать один из них из сферы теоретического осмысления и практического приложения. Речь идет лишь о *паритетном взаимодействии* данных сторон инновационной деятельности, взаимосвязь которых и обеспечивает максимальную эффективность инноваций.

Определить инновационный менеджмент как самостоятельную сферу менеджмента, многофункциональную деятельность, объектом управления которой являются экономические, организационно-управленческие, правовые и психологические факторы, воздействующие на инновационные процессы, а также наиболее эффективные способы организации этих процессов предлагает С. Е. Крючкова [17, с. 151]. Вместе с понятием «инновационный менеджмент» исследователь вводит понятие «менеджмент инноваций», который представляет как системную функцию, «вид деятельности по созданию организационных и социально-экономических условий для людей, занимающихся интеллектуальным трудом, способным порождать инновации в различных сферах, а также обеспечивать эффективное протекание этих процессов» [17, с. 151].

Такая терминологическая дифференциация является отражением главной задачи инновационного менеджмента, которая заключается в стимулировании инноваций через создание особых инфраструктур, позволяющих воспроизводить инновации на постоянной основе. Менеджмент инноваций, выступая частью инновационного менеджмента, создает специфическую инновационную среду, а инновационный менеджмент обеспечивает эффективное управление субъектами этой среды как генераторами и участниками инновационных процессов. Такой подход ориентирован на акцентуацию социального потенциала и возможностей в организации инновационной деятельности, демонстрирует значимость человеческого фактора в инновационной деятельности, но при этом никак не умаляет значимости обеспечения экономического роста и повышения конкурентоспособности в системе главных целей экономической деятельности. В рамках его инновационный менеджмент создает организационно-управленческие, экономические и социальные условия для обновления социальных систем.

Можно предложить несколько иной подход к дефиницированию термина «инновационный менеджмент», рассматривая его как технологию, использующую фактор инноваций в целях перспективного социально-

экономического развития. С учетом движения менеджмента в сторону комплексности, изменения форм и методов управления и акцента на инновации предлагается иначе определить базовые понятия.

Менеджмент инноваций предполагает сопровождение и регулирование инновационной деятельности в самом широком смысле слова — от создания новшества до его реализации, распространения и рутинизации — посредством консультирования инноваций, маркетинга инноваций, логистики инноваций, планирования и прогнозирования инноваций с целью повышения эффективности инновационных проектов и снижения их издержек (как социального, так и экономического характера).

Инновационный менеджмент предполагает осуществление координации инновационной деятельности через использование новых форм, принципов, средств управленческой деятельности, связанных с обновлением организационных структур, использованием информационных и социальных сетей с целью активизации инновационных ресурсов организации (инновационной восприимчивости, инновативности, инновационного потенциала, инновационного климата), стимулирования и мотивации творческой деятельности.

Несмотря на то что менеджмент инноваций и инновационный менеджмент имеют свои функциональные и содержательные особенности, они соотносятся по *принципу взаимодополняемости* и обеспечивают решение *двуединой задачи* — повышение эффективности инновационной практики на основе принципов научного управления и использования гибких адаптивных стратегий, составляющих суть предпринимательского управления, для оптимизации инновационных ресурсов и конкурентоспособности. В связи с этим, вероятно, не будет ошибкой объединить функции и целевое назначение менеджмента инноваций и инновационного менеджмента и представить их в рамках *комплексного единого механизма — менеджмента инноваций* — на том основании, что круг проблем, решаемых этим направлением, содержательно шире и как элемент включает в себя и инновационный менеджмент.

Модель менеджмента инноваций методологически основывается на концепциях: *группового сотрудничества* (целью которой является улучшение трудового взаимодействия и кооперации персонала); *социализации труда* (целью является наполнение содержания труда социально значимыми мотивами); *гуманизации труда* (целью является выполнение эргономических требований и приспособления техники к работнику); *демократизации управления* (целью является отказ от жестких управленческих структур и делегирование управленческих полномочий) [5; 15].

Предложенная модель менеджмента инноваций учитывает тенденции инновационного менеджмента к комплексности и гиперконкуренции,

в ее рамках самым значимым фактором конкурентоспособности становится готовность менеджмента воспринимать инновации, с одной стороны, и способность их производить — с другой.

Систематизация подходов к обоснованию роли менеджмента инноваций в реализации инновационных программ позволяет определить его **функции**: *инновационного планирования* (что выражается в формировании долгосрочных и текущих инновационных планов); *организационно-стимулирующую* (выражается в направленности всех усилий на выполнение названных планов); *контролирующую* (выражается в осуществлении контроля исполнения принятых планов); *учетно-аналитическую* (выражается в обеспечении учета и анализа выполнения намеченных планов); *регулирующую* (выражается в осуществлении координирующих воздействий); *управленческую* (выражается в обеспечении комплексного управления инновационными процессами); *оценочную* (выражается в осуществлении комплексной оценки эффективности инноваций); *аналитическую* (выражается в оценке возможности заимствования инновационных технологий или их адаптации к конкретным условиям); *оперативную* (выражается в организации работ по реализации инновационных проектов).

Соответственно обозначенным функциям **задачами** менеджмента инноваций выступают: *маркетинг инноваций* с целью определения необходимости инноваций и спроса на них; *прогнозирование инноваций* с учетом социально-экономических потребностей и возможностей; *планирование инноваций* с учетом текущих потребностей; *анализ ресурсного обеспечения* инновационной деятельности; *оценка затратности* и эффективности инновационных проектов.

Менеджмент инноваций осуществляется в ситуации неопределенности. Однако даже в таких условиях необходима оценка промежуточных результатов, выбор пути перспективного развития. В силу этого одной из главных задач менеджмента является планирование и прогнозирование. Есть смысл рассмотреть реализацию этих функций в контексте задач, решаемых менеджментом инноваций.

Изучая возможности планирования и прогнозирования инноваций, следует сделать ряд оговорок. Во-первых, такие атрибутивные черты инновационных процессов, как неопределенность, нелинейность, открытость и альтернативность, ориентируют рассматривать любую инновацию как уникальное явление, выходящее за рамки стереотипа или статистического случая. Такая ситуация существенно затрудняет изучение, диагностику, проектирование инноваций и, соответственно, управление ими. Во-вторых, нужно критически относиться к постулатам об абсолютной рациональности, планируемости и управляемости инновационных процессов. Проектирование инновационных процессов и управление ими затрудняются неопределенностью воздействия на инновационные про-

цессы групповых и личностных качеств участников, объективирующихся в создании субъективных позиционных структур, определяемых индивидуальными и ситуативными целями, ценностями и приоритетами. На процесс реализации инноваций влияет столько переменных, что становится невозможным разработать универсальную инструкцию, пригодную для использования «на все случаи жизни».

Таким образом, речь идет не о жестком контроле и координации творчества и инициативы, не о стремлении ускорять, внедрять и трансформировать в любых ситуациях в погоне за новыми благами и доходами. Подразумевается возможность развития путем управления им благодаря нахождению конкретных успешно действующих форм. Такая возможность реализуется через освоение нового подхода к осмыслению инноваций прежде всего как *социально*-экономического явления и понимание планирования и прогнозирования инновационной деятельности, осуществляемых *в рамках менеджмента инноваций*, который является *системой научно обоснованных способов поддержания инновационной активности как конкурентного преимущества, обеспечения понимания ценности изменений и адаптации к новым условиям*.

Главная задача менеджмента инноваций состоит в обеспечении способности организаций и предприятий создавать инновации и в преобразовании их в *инновационные организации*. Такие организации отличаются от традиционных своей структурой, так как они имеют менее жесткий контроль и иерархизированность, а также возможность образования временных систем и целей, главная из которых — инновации. В связи с этим меняется логика действий в рамках этих организаций, приоритеты. Главным становится обучение персонала, его подбор, сотрудничество и партнерство в осуществлении деятельности, мотивация и стимулирование инновационной активности. Организационными активами здесь выступают: структура, система, культура, гибкость [36, с. 98]. Поэтому менеджмент инноваций должен опираться на высокий профессионализм, корпоративизм, ответственность и мотивацию.

Методы повышения инновационной активности в таких организациях могут быть весьма разнообразными. Главная их задача — побуждение к творчеству, поиску нового. Для достижения такой цели применяются не только организационные меры, но и комплексные мотивационные системы, включающие как материальное поощрение, так и социально-психологическое воздействие.

В контексте инновационных организаций много говорят о *корпоративной культуре*. Принципами корпоративной культуры могут выступать осознание и принятие целей организации, норм ее функционирования и межличностного взаимодействия, основанного на сотрудничестве, доверии, партнерстве, ответственности.

Особую роль в этом играют *менеджеры*, которые способны к стратегическому видению, к мобилизации и мотивации сотрудников, предприимчивости и сотрудничеству, к принятию решений и управлению. Это новый тип лидера-реформатора, лидера-реорганизатора, а не лидера-администратора и хозяйственника. Требования к персоне инновационного менеджера касаются его профессиональной, экономической, правовой, менеджерской и практической подготовки [37, с. 143]. Задача такого менеджера — мотивировать на творчество, на изменения. Мотивация может быть экономической, социально-оценочной (признание достижений), карьерной, коммуникативной. Задача менеджера в сфере инноваций — правильно выделить мотивационные потребности, с помощью которых можно воздействовать на инновационную активность. Стратегия управления человеческими ресурсами в инновационных организациях ориентирована на будущее и опирается на использование человеческих ресурсов. Это требует организации кадрового планирования, мотивации и обучения персонала, обеспечения ресурсами и адаптации сотрудников [18, с. 17–28]. Возникает вопрос кадрового обеспечения инновационной деятельности, который касается подготовки профессиональных менеджеров в сфере инноваций, специального обучения персонала, а также общей подготовки населения в сфере инноватики в системе государственных учебных заведений [10, с. 187–197].

Необходимо отметить и *роль социологии* в управлении инновациями. Она состоит в разработке научно обоснованных рекомендаций по диагностике качеств менеджеров и сотрудников, выступающих показателями их инновационной активности, инновационной восприимчивости, инновационной мотивированности и пр. Трудность решения многих задач, связанных с менеджментом инноваций, состоит в необходимости использования междисциплинарного подхода к проведению исследований, регулярности и масштабности таких исследований, а главное — в обязательной заинтересованности в их проведении.

Таким образом, менеджмент инноваций — комплексная многофункциональная деятельность, связанная с регулированием инновационной деятельности в системе факторов, обеспечивающих ее эффективность посредством консультирования, маркетинга, планирования и прогнозирования инноваций. Составной частью менеджмента инноваций является инновационный менеджмент. Он противостоит традиционному, опирается на использование новых форм и принципов управленческой деятельности с целью активизации инновационных ресурсов за счет признания и использования социокультурных особенностей и резервов организации и реализации стратегии включенности человека в инновационную деятельность.

4.2. МАРКЕТИНГ В РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Маркетинг инноваций можно рассматривать как прием инновационного менеджмента, имеющий целью воздействовать на производство и использование инноваций.

Сегодня актуальным является описание специфики маркетинга инноваций, что требует понимания его статуса в системе маркетинговой деятельности в целом. Такой подход требует интерпретации целей и возможностей маркетинга как особой технологии регулирования рынка на основе изучения интересов и потребностей его участников. Маркетинг можно определить, например, как «специфическую систему управления предприятием, фирмой, компанией, предполагающую постоянное обеспечение тщательного учета процессов, происходящих на рынке, для принятия хозяйственных решений» [30, с. 207]. Возникнув как концепция регулирования рынка, маркетинг превратился в одну из общих и наиболее глобальных современных концепций обмена и регулирования рыночных и даже *социальных* отношений [8]. Глобализация маркетинговых исследований, на которую указывает *Г. А. Черчилль* [35, с. 24–26], связана с глобализацией международных отношений в сфере торговли и бизнеса. Однако сегодня уместным будет расширить границы глобализации маркетинговой деятельности.

Глобализация маркетинговых исследований явилась следствием постоянного расширения не только международных отношений в различных сферах (отнюдь не только экономических), но и самих видов социальной деятельности (в числе которых наибольшую актуальность сегодня приобретает деятельность инновационная). В связи с этим можно позиционировать маркетинг как социальную деятельность, обслуживающую процессы обмена в обществе. В этом случае расширяются границы маркетинговой деятельности, которая теперь уже стала включать в себя не только коммерческий маркетинг (главной целью которого является получение прибыли субъектом), но и так называемый *некоммерческий маркетинг* (не связанный с коммерческой сферой и *имеющий главной целью продвижение социально значимых проблем, идей и ценностей*).

В последнее время некоммерческий маркетинг часто называют *социальным маркетингом*, под которым понимают «деятельность государственных органов, неправительственных организаций, политических партий и общественных организаций, движений, отдельных физических лиц в социальной конкурентной среде, основанную на принципах классического маркетинга и направленную на достижение целей, связанных с

продвижением социальных продуктов (путей решения социальных проблем, идей, ценностей и т. п.)» [1, с. 19].

«Маркетинг инноваций» – достаточно новое понятие. Теория маркетинга инноваций формировалась вместе с концептуализацией инновационной проблематики. Предпосылкой ее появления явилось возрастание роли инноваций в социально-экономическом развитии. В силу этого понятие «инновационный маркетинг» заняло свое место в системе прежде всего экономических категорий. Исходя из того, что маркетинг касается исследования рынков, сбыта, потребителей, можно утверждать, что инновационный маркетинг касается рынка инноваций. С позиций экономического подхода инновационный маркетинг как вид деятельности активно исследуется и определяется как технология использования комплекса маркетинговых мер на всех этапах жизненного цикла нововведения, начиная с поиска инновационной идеи и заканчивая уходом товара с рынка, с целью создания прибыльного бизнеса и получения сверхприбыли [32]. Находясь в рамках экономического подхода к созданию и реализации инновационных проектов, маркетинг инноваций ориентирован на работу с материально-вещными результатами инновационной деятельности или с технико-технологическими идеями, способными привести на выходе к коммерческому успеху и повышению конкурентоспособности. Поэтому маркетинговая деятельность предполагает: 1) разработку концепции нового изделия (товара) с учетом достижений современной науки; 2) определение его цены; 3) продвижение (популяризацию) и 4) выбор позиции. В этом случае оцениваются только экономические показатели конкретного нововведения (его рентабельность, конкурентоспособность, степень новизны и качества, потребность в нем и динамика сбыта, время получения фактического экономического эффекта, степень риска, финансовые условия сделки, реклама и др.).

Однако система показателей эффективности инновационной деятельности носит не только экономический, но также и научно-технический и социальный характер. *Научно-технический эффект* проявляется в развитии информационных технологий и прогрессивных технологических процессов, в росте индекса цитирования и зарегистрированных ноу-хау, автоматизации производства [32]. *Социальный эффект* реализации инновационных проектов выражается в росте доходов, росте удовлетворения социальных и духовных потребностей, повышении степени безопасности, улучшении условий труда и отдыха, создании дополнительных рабочих мест, повышении квалификации, увеличении продолжительности жизни [32].

Таким образом, в сферу маркетинга инноваций входит анализ не только коммерческих эффектов инновационной деятельности с учетом сег-

ментации, конкуренции и доходности, но также и научно-технических и социальных ее параметров. В силу того что инновационная деятельность имеет как коммерческий эффект, так и социальные преимущества, задачей маркетинга инноваций должно быть позиционирование как коммерческих выгод и эффектов реализации конкретных инновационных проектов, так и социальных преимуществ их осуществления. Необходима организация и *коммерческого*, и *некоммерческого маркетинга инноваций*. Целью первого является обеспечение производства и сбыта новых технологий, товаров и услуг на основе учета экономических преимуществ и выгод. Задачей второго является обеспечение взаимоадаптации инноваций и среды их реализации, а также стимулирование социальной активности, творчества и инициативы как залога конкурентоспособности, стабильности и перспективного прогрессивного развития.

Коммерческий и некоммерческий маркетинг инноваций взаимодополняют друг друга, обеспечивая обратную связь инновации и среды ее реализации, и дают возможность определять стратегию инновационной политики и проводить ее своевременную ситуативную коррекцию, осуществлять планирование инноваций, что способствует повышению статуса инновационной деятельности и инновационных программ на всех уровнях социальной жизнедеятельности. Сочетание двух видов маркетинга инноваций позволяет произвести взаимонастройку инноваций и среды их реализации с учетом потребностей, культуры, ценностей, экономической и правовой ситуации, а также способствует выполнению главной задачи маркетологов – создать условия, обеспечивающие полное удовлетворение нужд и потребностей. В случае маркетинга инноваций речь идет о создании условий для удовлетворения нужд и потребностей путем разработки и реализации нововведений, о поиске генераторов и реципиентов конкретных инноваций, об изучении специфики среды реализации инновационных проектов. Решение таких задач маркетинг инноваций осуществляет комплексно, с учетом экономических и социальных параметров.

Однако наибольшее значение сегодня приобретает некоммерческий маркетинг инноваций. Следует отметить, что это проблемное поле в настоящее время мало изучено и, судя по всему, в ближайшем будущем именно в нем сосредоточатся научные интересы тех, кто занимается инноватикой. Некоммерческий маркетинг инноваций ориентирован на продвижение в обществе новых социальных программ, идей, ценностей, проблем, проектов и инициатив, имеющих целью достижение позитивной социальной реакции. Существуют разновидности некоммерческого маркетинга инноваций.

1. *Маркетинг инновационных социальных программ* (программ инновационного развития) является наиболее сложным, так как любая инновация не является мероприятием сиюминутным. В этой связи необходим маркетинг отношения к инновациям, восприятия их, изучение степени осведомленности населения по поводу инновационных проектов, их понимания, формирование положительного отношения к ним, апробация их и внедрение. При этом необходимо помнить, что распространение инноваций — дело не быстрое, в особенности инноваций социальных.

2. *Маркетинг инновационных социальных идей и ценностей* предусматривает изменение отношения к сложившимся оценкам, стереотипам и мнениям, преодоление негативных поведенческих установок через продвижение ценностей креативного, критического и творческого мышления, способствующего формированию активности, инициативы, установок развития через обновление.

3. *Маркетинг социальных проблем* осуществляется при помощи различных способов информирования об актуальных социальных проблемах с целью их решения в условиях привлечения максимального общественного внимания к ним и обеспечения соответствующего воздействия на личность, социальную группу или общество в целом. Одной из таких проблем является реализация инноваций. Для обеспечения эффективного функционирования инновационных программ необходимы изучение и анализ общественного мнения по поводу инновационных изменений, разработка стратегии продвижения конкретных инноваций, привлечение общественного внимания к инновационным проектам (со стороны государства, коммерческих структур, широкой общественности), осуществление комплексной информационной поддержки инновационных преобразований, взаимодействие с лидерами инициатив и мнений, обеспечение эффективных каналов коммуникации с целевыми группами.

4. *Маркетинг стимулирования социальных инициатив* предполагает стимулирование различных видов социальной активности граждан как основания творческой инициативы, предприимчивости, конкуренции.

Таким образом, маркетинговое обслуживание инноваций имеет весьма важную задачу — обеспечение обратной связи инноваций и их реципиентов с учетом их потребностей, ценностей, возможностей, осуществление которых обеспечивает достижение цели менеджмента и маркетинга инноваций — эффективной реализации инновационных программ и проектов.

Функциями маркетинга инноваций являются: *прогностическая* (заключается в разработке на перспективу возможных изменений состояния объектов, сфер социальной жизнедеятельности посредством инноваций); *планирования* (закключается в выработке заданий по реализации конкретных инновационных проектов); *организационная* (состоит в объ-

единении усилий людей по реализации инновационных программ на основе описания единых правил и процедур осуществления инновационной деятельности); *координирующая* (заключается в обеспечении согласованности работы всех участников инновационных проектов на всех этапах); *стимулирующая* (состоит в популяризации конкретных инноваций или инновационного поведения и мышления, заинтересованности в реализации инновационных проектов); *контролирующая* (заключается в обеспечении адекватности инновационных проектов и потребностей в них); *информационная* (состоит в сборе информации о рынках инновационных товаров, услуг, идей с учетом их предложения и востребованности); *исследовательская* (обеспечивает мониторинг инновационной деятельности и инновационных проектов); *рекламная* (обеспечивает пиар конкретных инноваций, позиционирует их в общественном мнении); *практическая* (обеспечивает эффективную реализацию инновационных проектов).

Маркетинг инноваций как функция менеджмента направлен на эффективную реализацию инноваций, планирование и управление инновационной деятельностью, изучение рынка и приспособление к его функционированию через инновации.

С учетом вышесказанного **маркетинг инноваций** возможно определить как *комплекс мероприятий по исследованию всех вопросов (коммерческих и социальных), связанных с процессом создания и реализации конкретных нововведений, инновационных проектов и программ для обеспечения эффективного приспособления инноваций к запросам и требованиям среды их реализации, а также с целью оптимизации управленческих решений в области осуществления инновационных программ.*

Особенностью маркетинга инноваций является, во-первых, факт новизны самого рынка инноваций, находящегося в начале своего становления. Во-вторых, при осуществлении маркетинга инноваций необходимо учитывать межотраслевой характер результатов осуществления инновационной деятельности и реализации конкретных нововведений. В-третьих, нововведения — уникальная продукция, требующая разъяснения ее свойств, выгод и преимуществ с целью не только популяризации ее как товара или идеи, но и популяризации инновационных форм поведения и мышления.

Маркетинг инноваций обеспечивается, прежде всего, получением и анализом информации о состоянии инновационных процессов и явлений, на основе которой происходит управление инновационной деятельностью. Такую информацию поставляют маркетинговые исследования.

Маркетинговые исследования обеспечивают успех инноваций, их эффективность. *Целью* таких исследований является выявление возможностей конкурентоспособности на рынке инноваций путем приспособления

к запросам и требованиям рынка. Можно сказать, что целью маркетинговых исследований инновационных проектов являются изучение и создание рынка будущей инновации, а также обеспечение информационной базы принятия маркетинговых решений с целью снижения степени неопределенности, связанной с ними. *Задачей* маркетинговых исследований является определение условий оптимального соотношения между спросом и предложением инновационных проектов или конкретных нововведений, а также обеспечение ценности инноваций, инновационных проектов, инновационного поведения и мышления для индивида и общества.

Принципами проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере являются [3; 19–21; 25; 35]:

- ✓ комплексность (предполагает необходимость учета максимального количества элементов и факторов, влияющих на ход инновационной деятельности и реализацию инновационных проектов, определяющих тенденции развития инновационных практик, конъюнктуры рынков инновационной продукции);

- ✓ объективность (получение валидных, адекватных результатов, т. е. соответствующих текущим тенденциям, объективным закономерностям развития, реализации инновационной деятельности и инновационных программ);

- ✓ точность (четкость в постановке исследовательских задач и однозначность в их трактовке, а также правильный выбор методов сбора информации и типа исследования, что в итоге обеспечивает надежность и достоверность результатов исследования);

- ✓ тщательность (планирование и программирование маркетингового исследования, определение элементов контроля за ходом исследовательской деятельности);

- ✓ опережающие исследования (проведение исследований с опережением событий, связанных с предсказанием возможностей реализации конкретных нововведений, а не реагирование на последствия событий, являющихся результатом реализации инновационной деятельности).

Стадии маркетингового исследования инновационного поля стандартны, и в качестве таковых можно назвать: 1) выявление проблем и формулирование целей исследования; 2) отбор источников информации; 3) сбор информации; 4) анализ собранной информации; 5) представление полученных результатов. Некоторые исследователи конкретизируют эти стадии и чаще говорят об этапах маркетингового исследования: 1) постановка задач и целей исследования; 2) разработка подхода к решению проблемы; 3) разработка проекта исследования; 4) сбор данных (полевые исследования); 5) подготовка и анализ данных; 6) подготовка и предоставление отчета [16, с. 121].

Как бы ни дифференцировались стадии при проведении исследований в маркетинге инноваций, необходимо помнить о важности постановки задач таких исследований, поскольку именно от этого зависит их направление. Задача может определяться в целом или с выделением ее конкретных компонентов. Для этого часто используют аудит задачи, т. е. предварительное обсуждение проблем инновационной деятельности, подлежащих исследованию, с экспертами, управленцами и другими субъектами инновационной деятельности. В результате таких обсуждений получается первичная информация, которая обязательно должна быть дополнена вторичной, содержащейся в статистических справочниках, различных формах отчетности. При постановке задач маркетингового исследования в сфере инновационной деятельности необходимо учитывать не только технико-технологические и экономические параметры среды ее осуществления, но и характерные для нее правовые, экономические, психологические, культурные и прочие особенности.

Формулировка проблемы маркетингового исследования при изучении различных аспектов инновационной деятельности конкретизируется через обоснование целей маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований определяют его вид. Таким образом, маркетинговые исследования могут быть: *поисковыми* (касаются изучения причин обнаружившихся проблем инновационной практики); *описательными* (связаны с исследованием факторов, влияющих на реализацию конкретных нововведений, инновационных проектов и инновационной деятельности); *поперечными* (вид описательных исследований, предполагающих одноразовый, одномоментный сбор информации по существу проблемы в конкретный период времени); *продольными* (вид описательных исследований, когда одна и та же выборка респондентов исследуется неоднократно, что позволяет выявить динамику позиций в отношении к инновационной деятельности и инновациям, провести сравнительный анализ); *причинно-следственными* (проводятся с целью проверки гипотез о причинно-следственных связях для определения самой природы связей между переменными, выступающими причиной и следствием, а также для определения зависимых и независимых переменных в ходе реализации инновационной деятельности); *экспериментальными* (предполагают проверку гипотез о причинно-следственных связях между параметрами инновационной активности и восприимчивости и параметрами инновационной деятельности и конкретных инноваций); *комплексными* (ориентированы на исследование среды реализации инновационных практик с целью определения основных направлений инновационного развития и выбора стратегии управления инновационными процессами); *кабинетными* (направлены на сбор и оценку вторичной информации); *полевыми*

(предполагают сбор и оценку первичной информации, получаемой при помощи опросов, наблюдений, экспериментов, изучения документов); *предварительными* (ориентированы на выявление проблемной ситуации, формирование основных идей, гипотез, конкретизацию проблемы); *заключительными* (проводятся с целью апробации гипотез и проверки конкретных взаимосвязей); *количественными* (проводятся с целью фиксации тенденций развития инновационных процессов на основе работы с количественными показателями их развития); *качественными* (проводятся с целью получения глубинных оценок и представлений о мотивации, ценности, причинах и следствиях относительно проблемного поля).

Таким образом, цели маркетинговых исследований являются весьма разнообразными и могут касаться изучения: 1) тенденций развития инновационной деятельности, ее барьеров и рисков; 2) реакции на нововведения; 3) общественных ценностей и социальных ориентиров в инновационной деятельности; 4) стратегии стимулирования инновационной активности; 5) мотивации и оптимизации инновационной деятельности; 6) роли законодательной базы в инновационной деятельности; 7) рекламы инновационных проектов и услуг по реализации конкретных нововведений.

Кроме того, маркетинговые исследования в сфере инновационной практики можно разделить на исследования, проводимые для *идентификации проблемы* и для *решения проблемы*. Первые имеют целью выявить проблему, которая существует реально или может возникнуть потенциально в связи с реализацией инновационных проектов, внедрением конкретных инноваций или их планированием. Такие исследования позволяют изучить среду реализации инноваций, оценить различные ее параметры с точки зрения готовности к изменениям, отношения к ним, заинтересованности в них. Кроме названных социальных и культурных тенденций в ожидаемой реакции среды на инновацию, можно исследовать и экономические параметры конкретных нововведений, т. е. получить информацию о состоянии рынка в связи с перспективой их осуществления в контексте коммерческих показателей. Маркетинговые исследования, проводимые для решения проблемы, предполагают получение информации, необходимой для принятия управленческого решения по поводу смягчения очагов социальной напряженности и нейтрализации социальных конфликтов, возникающих в процессе инновационной деятельности и связанных с изменением социальных статусов, системы ценностей, образа жизни и др.

Сами маркетинговые исследования могут проводиться в режиме оперативных маркетинговых исследований, специфических (неповторяющихся), лонгитюдных и мониторинговых. Можно говорить о маркетинговых исследованиях разовых (выполняются для решения конкретных

проблем и принятия стратегических решений) и текущих (ведутся непрерывно с целью обеспечения обратной связи с рынком) [31, с. 121].

Особый статус в системе видов маркетинговых исследований инновационной деятельности должны занимать *медиаисследования*, целью которых является мониторинг рекламно-пропагандистских мероприятий коммерческого и социального характера, связанных с популяризацией инновационной деятельности и ее итогов, креативного мышления, социальных ценностей наряду с популяризацией инновационной продукции (товаров и услуг). Результаты таких исследований дают возможность оптимизировать возможности пиара инновационной практики (нововведений, инновационной активности, творчества и др.), а также повысить уровень инновативности и инновационной адаптивности субъектов инновационной деятельности.

Осуществление маркетинга инноваций ориентирует на практическое использование комплекса видов маркетинговых исследований, т. е. на их сочетание и комбинирование. Проведение маркетинговых исследований в сфере инновационной деятельности позволяет выявить приоритетные инновационные проблемы, оценить объективную ситуацию и смоделировать будущие направления инновационной деятельности и перспективу развития инновационной активности.

Кроме того, маркетинг инноваций может быть стратегическим и тактическим. Целью *стратегического* маркетинга является обеспечение эффективных управленческих решений по выбору инновационных технологий (производственных, экономических, технико-технологических, социальных). Стратегический маркетинг бывает регулярным (проводится с целью поддержания конкурентоспособности и прибыльности предприятий, стабилизации социальных отношений и их дальнейшего прогрессивного развития за счет инновационной деятельности, связанной прежде всего с освоением радикальных нововведений) и санационным (ориентирует на достижение экономического роста и социальных преимуществ через использование реформирующих инноваций). Целью *тактического* маркетинга является подготовка и продвижение конкретных нововведений, инновационных проектов и программ на рынке [7, с. 147–148].

Основными источниками информации для проведения маркетинговых исследований выступают: статистические материалы, данные средств массовой информации, деловых отчетов, рекламных материалов, а также сведения, полученные от всех участников инновационной деятельности, и результаты осуществления предыдущих инновационных проектов. Информация, полезная для изучения рынка инноваций, содержится как в открытых источниках печатной информации (статистические сборники, справочники, отчеты, реклама, коммерческие журналы), так и в за-

крытых банках данных специализированных информационных фирм [22, с. 69–70]. Изучение любых документов и баз данных дает вторичную информацию. Информация первичная приобретается в ходе полевых исследований. При этом необходимо помнить, что какими бы полными ни были данные вторичных источников, в маркетинговых исследованиях существуют вопросы, на которые можно ответить только по результатам полевых исследований – с помощью наблюдения, эксперимента, опроса.

Реализация целей и задач инновационного маркетинга создает фундамент для принятия *маркетингового решения* как проекта изменения. Принятие такого решения свидетельствует о необходимости изменений и о включении их в систему организационных, социокультурных и других отношений. Сами маркетинговые решения в сфере инновационной деятельности могут быть: 1) жестко детерминированными (обусловленными внешними объективными обстоятельствами, требующими осуществления изменений по определенной схеме с целью достижения оптимальных результатов в конкретные сроки); 2) инициативными (содержание которых определяется субъектами инновационной деятельности и в большей степени детерминировано спецификой композиции внутренних ситуационных структур и личных диспозиций в отношении инновационных преобразований).

Очевидно, что маркетинг инноваций использует по мере необходимости достижения социологии (например, методы проведения исследований, которые разрабатываются в рамках социологической науки и находят практическое применение и в прикладной социологии, и в маркетинге). При этом следует указать на разницу между социологическими и маркетинговыми исследованиями. Они отличаются прежде всего *по целям* (целью социологических исследований является приращение знаний, а целью маркетинговых – обеспечение информацией, необходимой для принятия управленческих решений), *по источнику финансирования* (в случае социологических исследований это может быть государство, общественные и частные средства, а в случае маркетинговых – средства заказчиков, которые чаще всего планируются из будущей прибыли, или средства государства, общественные средства, которые не компенсируются в будущем), *по срокам исполнения* (маркетинговые исследования всегда носят оперативный характер), *по специфике выборки* (в маркетинговых исследованиях чаще используется квотирование по существенным признакам, позволяющее «вынуть» искомый сегмент, интересующий исследователя) [3, с. 29–34].

Кроме указанных методов изучения инноваций, можно использовать расчетно-аналитический метод, метод множественной корреляции, мно-

гофакторный и регрессионный анализ, статистический метод, графический метод, метод аналогов [1; 3; 19; 21].

Кроме того, современные менеджеры и маркетологи успешно используют в области менеджмента и маркетинга инноваций *инжиниринг инноваций* (консультационные услуги по созданию и реализации инновационных проектов и программ), *франчайзинг инноваций* (ориентирован на организацию использования новых знаний, не применяемых в данный момент, с целью решения социальных и экономических проблем), *реинжиниринг инноваций* (является приемом инновационного менеджмента, направленного на производство нововведений как средства оптимизации социально-экономической деятельности), *бренд-стратегию инноваций* (ориентирована на формирование имиджа компаний и организаций, осуществляющих инновационную деятельность или консультирование, а также «имиджа» конкретных нововведений, инновационных проектов и программ с целью повышения их конкурентных преимуществ и социального эффекта, влияния через формирование общественного мнения), *бенчмаркетинг* (процесс выявления лучших организаций, использующих инновационные технологии и реализующих инновационные проекты, а также лидеров реорганизаций с целью пропаганды и использования передового опыта, инновационных технологий и решений) [23].

Говоря о маркетинге инноваций, невозможно не затронуть тему социальной ответственности маркетинга. Речь идет об ответственности тех, кто принимает маркетинговые решения, за воздействие маркетинговой деятельности в сфере инноваций на общество. Так, социально ответственный маркетинг инноваций должен отличаться многообразием целей, которые не исчерпываются только прибылью и коммерческой выгодой, а связаны с решением и социальных проблем с учетом социальных ценностей и традиций.

Таким образом, управление инновациями осуществляется на основе движения информации, следовательно, результаты маркетинговых исследований инноваций являются составляющей информационного обеспечения инновационной деятельности. Система информационного обеспечения инновационных процессов носит комплексный характер, охватывает инновационные процессы по сферам, отраслям, регионам, организациям, предоставляя информацию коммерческого и некоммерческого (социального) плана.

Принятие управленческих решений с опорой на такую информацию существенно повышает эффективность инновационной деятельности, снижает ее неопределенность и риск. Постоянно осуществляемый маркетинг инноваций приводит к адаптации инноваций к запросам социальной среды и самой социальной среды к случившимся изменениям.

4.3. ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК УСЛОВИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Эффективность реализации программ ускорения социально-экономического развития, достижения нового качественного состояния общественной жизни, успешность различных преобразований, происходящих в настоящее время, теснейшим образом связаны со способностью общества целенаправленно производить и использовать инновации, а также успешно адаптироваться к происходящим инновационным процессам.

Развитие социальных систем идет через обновление в области производства, науки, техники, технологии, образования. В связи с этим инновации, являясь инструментом преобразования современного общества, должны стать не только объектом научного изучения и эмпирического исследования, но и продуктом, результатом деятельности, проявления творческой активности и стратегическим ориентиром, предопределяющим стабильное, устойчивое развитие социальных систем.

Государственная значимость проблемы повышения инновационной активности и инновационного потенциала, создания благоприятного инновационного климата, формирования социальных механизмов, стимулирующих осуществление инновационной деятельности на всех уровнях, требует разработки целенаправленной государственной политики в инновационной сфере.

Опережающая (а не догоняющая) модель модернизации общества опирается на инновационную деятельность. В соответствии с ней инновации являются средством подъема экономики. Развитие в стране инновационной деятельности, создание инновационной инфраструктуры, объединяющей научно-техническую, экономическую и *социальную* сферы, являются ключевой задачей, обеспечивающей успешную модернизацию.

Инновационная сфера в условиях рыночной экономики является важнейшим интеллектуальным ресурсом, от которого зависит будущее государства, так как именно инновации обеспечивают рост производительности труда, решение проблем занятости населения и качества труда, эффективность управления. Они принципиально изменяют социальную сферу жизнедеятельности, существенно повышая ее качественные характеристики.

Инновационная деятельность может развиваться стихийно, на основе самоорганизации и самоуправления. Однако особую значимость сегодня приобретает механизм государственного управления инновационным развитием. Формы управления инновационной деятельностью зависят от

особенностей самого общества – его культуры, специфики исторического развития, организации, технико-экономического потенциала. Кроме того, *формы, методы и средства* такого управления могут существенно отличаться в зависимости от того, каков статус управляемого объекта (организация, предприятие, структурное подразделение, отрасль и пр.), но *цель* осуществления таких управленческих воздействий будет одинаковой – стимулирование инновационной активности, повышение инновативности, обеспечение эффективной инновационной деятельности.

Есть вопрос и по определению эффективности и качества инновационной политики. Этот вопрос касается уровня национальной инновационной способности, которую обеспечивает инновационная политика и которая должна быть отражена в определенных показателях. К таким показателям относятся не только количественные (количество изобретений, количество новых технологий, количество действующих НИИ, количество специалистов с ученой степенью и пр.). Понятие «инновационная способность» характеризует общественную жизнь в целом, и понимать содержание этого термина нужно прежде всего *в социальном аспекте*. Инновационная способность отражает состояние общественной жизни в комплексе различных показателей – экономических, политических, образовательных, правовых, идеологических, экологических, культурных и др. *Инновационная способность* указывает на готовность и открытость социальной системы к инновационным преобразованиям, степень ее включенности в реализацию инноваций и уровень эффективности их использования, а также возможность инновационной адаптации, стратегического планирования инновационной деятельности. Она в определенной степени может обеспечиваться инновационной политикой.

В настоящее время сложились различные подходы, интерпретирующие содержание понятия «инновационная политика». Есть подход, в соответствии с которым инновационная политика представляется как «система мер, направленных на регулирование процессов создания, освоения и использования инноваций» [24, с. 34]. Исследователи, работающие в рамках технико-экономической инновационной парадигмы, позиционируют ее как часть научно-технической и экономической политики, целью которой является создание благоприятных экономических условий для инновационной деятельности за счет финансирования фундаментальных исследований и поисковых НИР в соответствии с государственной научно-технологической программой.

С учетом расширения теоретического и эмпирического исследования проблемного поля инноватики очевидной становится некоторая узость предлагаемых исследовательских подходов в связи с тем, что реализация инновационной политики обеспечивает не только экономический и тех-

нико-технологический рост, но и, прежде всего, решение комплекса социальных проблем, связанных с формированием инновационной активности и восприимчивости. Для уточнения категории «инновационная политика» предлагается провести структурный и содержательный анализ данного феномена.

В основе формирования и реализации инновационной политики лежит научный подход, позволяющий сделать ее наиболее комплексной, обоснованной, действенной и гибкой. Функциями инновационной политики являются: *законодательная* (выражается в создании системы правового регулирования инновационной деятельности, способствующей оптимизации инновационной деятельности); *научно-техническая* (выражается в создании системы научно-технической политики, стимулирующей и гарантирующей осуществление фундаментальных и прикладных исследований и разработок, являющихся базой инновационного развития); *экономическая* (выражается в создании системы экономической поддержки инновационной деятельности); *образовательная* (выражается в создании системы инновационного образования и профессионального кадрового обеспечения инновационной деятельности через систему государственного образования); *социальная* (выражается в первоочередной поддержке инноваций, способствующих социальной стабильности, удовлетворению социальных потребностей, повышению уровня и качества жизни через развитие различных сфер социальной жизнедеятельности, преодолению барьеров инновационной деятельности и ликвидации очагов социальной напряженности, с ней связанной); *культурная* (выражается в обеспечении соответствия инновационных преобразований социально-культурной специфике среды их объективации, ее основным ценностям, социальным идеалам, приоритетам духовности и гуманистики); *идеологическая* (выражается в обеспечении общественного статуса инновационной деятельности через обоснованное объявление инновационного курса развития, строящегося на гуманистических принципах, призванных обеспечить целостность развития всех сфер социальной жизнедеятельности общества); *организационная* (выражается в формировании инновационной инфраструктуры и национальных инновационных систем, в институциональном обеспечении инновационных процессов через создание государственных учреждений и организаций, способствующих производству и реализации инноваций); *управленческая* (выражается в координации инновационной деятельности в соответствии со стратегической направленностью инновационных процессов (глобальных и локальных)); *стимулирующая* (выражается в поощрении конкуренции, создании систем мотивации и стимулирования); *международной интеграции* (выражается в стремлении к международной инновационной кооперации за счет международного трансфера инноваций).

Обозначенные функции инновационной политики тесно связаны с ее задачами и являются их реальной объективацией. Итак, *задачами* инновационной политики выступает обеспечение: влияния государства на формирование инфраструктуры инновационной деятельности; условий для проявления творческой свободы; взаимодействия всех видов инновационной деятельности, а также социальных сфер и социальных институтов по созданию инноваций и их реализации; правовой и экономической базы инновационной деятельности; социальной, культурной и идеологической поддержки инновационной активности; организационно-управленческой и информационно-коммуникационной базы реализации инновационной деятельности.

В качестве *целей* инновационной политики можно обозначить: создание правовых, экономических и организационных условий для осуществления инновационной деятельности; повышение эффективности производства и его конкурентоспособности; содействие активизации инновационной деятельности и предпринимательства; расширение взаимодействия между субъектами инновационной деятельности; обеспечение поддержки инициативы и творчества через мотивацию и стимулирование инновационной активности. Таким образом, целью инновационной политики в широком смысле слова является обеспечение дальнейшего прогрессивного развития социальных систем и организаций, а также повышение их конкурентоспособности.

Выполнение названных функций и задач, а также достижение поставленных целей инновационной политики может обеспечить государство через создание и реализацию соответствующей инновационной политики с учетом приоритетов ее реализации. Приоритеты инновационной политики должны определяться на международном, национальном, региональном, хозяйственно-организационном уровнях с учетом тех специфических особенностей, которые характеризуют среду инновационной деятельности, как внешнюю, так и внутреннюю. При этом избранные приоритеты носят перспективный и опережающий характер, а не текущий, но вместе с тем соблюдается субординация со стратегической линией развития мировых инновационных процессов. Есть смысл проведения компаративного анализа моделей инновационной политики, реализуемой в различных государствах, с целью определения их эффективности и специфики.

Исторически первыми областями, в которых государство поддерживало науку и технологию, были сферы материального производства (строительство, транспорт, связь, промышленность). К XIX в. зарождаются институциональные основы функционирования науки и инновационной сферы, соответствовавшие потребностям капитализма (патентная защита,

возникновение государственных институтов по регулированию науки и образования). Со временем положения о роли государства в развитии научных исследований начинают отражаться в конституциях. В Конституцию США эта идея была внесена в конце XVIII в. в такой формулировке: «Конгресс должен иметь власть для содействия прогрессу науки и полезных искусств и предоставлять на ограниченное время авторам и изобретателям исключительное право на написанное и изобретенное ими» [11, с. 85]. Это положение послужило основой развития авторского права, патентной системы и создания благоприятных политических и экономических условий для развития инновационной активности.

Развитие науки в XX в. характеризовалось расширением в ней государственного сектора, а ко второй половине XX в. научно-техническая политика стала функцией государства и приоритетным направлением государственного регулирования. Науку стали рассматривать как средство безопасности и конкурентоспособности. Однако модели инновационной политики в различных государствах существенно отличались. Сегодня в качестве основных таких моделей называют американскую и японскую [2, с. 24–30].

Американская модель характеризуется автономией предпринимательства и ориентацией преимущественно на одну отрасль, играющую роль технологического приоритета (в качестве такового сначала выступал военно-промышленный комплекс, а затем (и в настоящее время) — инновационная деятельность). С целью обеспечения инновационной политики выделяются четыре направления инновационной политики США [11]: 1) государство способствует созданию одного из основных ресурсов инновационных процессов, выступая фактором формирования НТП; 2) повышает инновационную активность бизнеса; 3) формирует общехозяйственную среду; 4) обеспечивает начальный спрос на новшества. Итоги инновационной политики, построенной на этих принципах, были социально-экономически эффективны.

В японской модели инновационной политики главный упор сделан на конкретные технологии, стимулирование которых осуществляет государство с целью перевода на них всей хозяйственной системы с учетом особенностей культуры японского общества, объективирующие такие ее свойства, как групповой (корпоративный) человек и групповое мышление, традиционализм. Эти культурные ценности предопределили специфику деловых отношений (доверие, консенсус, длительность партнерства), что позитивно отразилось на возможностях организации производственной и управленческой деятельности [28, с. 25–34; 29]. Эта модель также принесла успех и получила название «японского чуда».

Имеют свою специфику модели инновационной политики в европейских государствах и государствах постсоветских. Их общие особенности

состоят в том, что они формируются в непростых условиях международной инновационной конкуренции, в ходе которой инновации становятся настоящим «вызовом» для них. Свое влияние оказывают отсутствие практики реализации инновационных проектов и программ, игнорирование *социокультурных факторов*, предопределяющих любые изменения и направления модернизации.

Инновационная политика не ограничивается только сферой науки и техники. Она органично сочетает все аспекты инновационной активности, охватывая культурные, политические, правовые, экономические, социальные и другие сферы реализации инновационной деятельности. В целом же внешние и внутренние обстоятельства, в которых реализуется инновационная политика, могут как положительно, так и отрицательно влиять на ее осуществление. Это связано с наличием благоприятных и неблагоприятных факторов. *Благоприятными факторами* для развития инновационной деятельности и эффективной реализации инновационной политики выступают: высокий научный потенциал, технико-технологическая оснащенность, финансовое и кадровое обеспечение, объективация социального заказа на инновационные преобразования, наличие соответствующей организационно-управленческой структуры. *Неблагоприятными факторами*, тормозящими реализацию инновационной политики, выступают: неразвитость инновационной инфраструктуры, низкая научная и технико-технологическая оснащенность, неадекватность социальных интересов и целей инновационной деятельности, низкая инновационная активность и недостаток инвестиций в экономику и инновационную деятельность.

Таким образом, инновационная политика представляет собой «комплексную систему мер по стимулированию, управлению, планированию и контролю инновационной деятельности в сфере науки, техники, материального производства, увязанных с адекватными сопровождающими мерами в важнейших сферах жизнедеятельности общества, обеспечивающих в совокупности создание всех необходимых условий реализации текущих и перспективных идей социально-экономического развития страны» [34, с. 42].

Хотелось бы отметить и то обстоятельство, что инновационная политика предопределяется особенностями инновационного процесса как объекта управления. Это означает, что инновационная политика должна исходить из того, что все ее меры должны быть теоретически и практически обоснованы с учетом стадийности инновационного процесса. Это обстоятельство позволит сделать инновационный процесс более контролируемым и управляемым.

Меры воздействия государства на инновационный процесс могут быть прямыми и косвенными. *Прямые* осуществляются через активное

использование централизованных административных форм (государственные программы, государственное финансирование, формирование государственной инновационной инфраструктуры и пр.). *Косвенные* осуществляются через задействование рыночных механизмов (налоги, льготы, меры моральной поддержки и пр.).

Ориентиром любой инновационной политики выступают инновации как средство дальнейшего прогрессивного развития. А это предполагает стратегическое решение целого ряда проблем, естественно возникающих в ходе практической реализации инновационной деятельности. В число таких проблем входят: 1) решение вопросов, связанных со стратегическим планированием нововведений и инновационных изменений; 2) проработка возможностей консультирования реализации инновационных процессов, т. е. создания системы инновационного консультирования; 3) репрезентация системы инновационных социальных технологий, направленных на оптимизацию инновационной деятельности; 4) формирование инновационной культуры; 5) разработка системы мотивации и стимулирования инновационной деятельности; 6) создание механизма адаптации к нововведениям и социализации самих нововведений; 7) обоснование возможностей маркетинга инноваций и PR-инноваций; 8) обеспечение инновационного климата; 9) создание механизмов комплексной оценки нововведений и их последствий, инновационной диагностики и прогнозирования; 10) использование возможностей и достижений современной науки не только для организации и осуществления инновационной деятельности, но и управления ею на всех уровнях.

Предложенный веер проблем инновационной практики представляется весьма важным, актуальным и в целом помогает сориентироваться в инновационном поле, дает основание говорить о *менеджменте инноваций* как об особом научном управленческом подходе в отношении к ним, а также как о механизме реализации инновационной политики на всех уровнях.

Инновационная практика перестает быть спонтанной, необоснованной и неэффективной, что обеспечивается взвешенным, критическим, планируемым отношением к инновациям и инновационной деятельности, осмысленным использованием потенциала нововведений.

Здесь речь идет о понимании инновационной политики как стратегии развития инновационной деятельности и повышения эффективности этой деятельности.

Инновационная политика представляет собой совокупность принципов, решений и действий государственных органов, организаций, направленных: 1) на обеспечение оптимального функционирования и *развитие инновационного потенциала*; 2) эффективную реализацию инноваций; 3) научное *планирование и прогнозирование* инновационной деятельно-

сти; 4) широкое использование *инновационных социальных технологий*, связанных с оптимизацией инновационной деятельности; 5) создание и использование систем *мотивации и стимулирования* инновационной деятельности и творческой активности; 6) обеспечение *научного управления* и обоснования всех видов инновационной деятельности; 7) обеспечение трансляции нововведений в систему *культурных норм* и образцов, подлежащих воспроизводству и освоению.

Научно-технические и экономические приоритеты инновационной политики очевидны. Они связываются со стимулированием научно-исследовательской деятельности и развитием образования, стимулированием инновационного развития производственных предприятий, развитием экономики по приоритетным направлениям научно-технической деятельности. Инновационная политика выполняет и селективную функцию, проводя тщательный отбор инновационных приоритетов, программ и проектов по критерию их эффективности, обеспечивая при этом *рутинизацию* (прекращение реализации и использования) инноваций не нужных обществу или опасных для него.

Сегодня представляется важным определиться со степенью обусловленности инновационного развития человеческим фактором и социокультурной средой. Это требует выделения социальных, культурных аспектов формирования и реализации инновационной политики. В таком случае *инновационную политику* можно определить как целостную систему мероприятий по развитию инновационного потенциала за счет развития человеческого фактора, инновационного социального капитала и культуры. Такая система может быть представлена логически взаимосвязанными и взаимодополняющими блоками, каждый из которых имеет свою целевую направленность, решает свои задачи и имеет свою внутреннюю структуру. Так, в структуре инновационной политики в этом случае можно выделить пять блоков: 1) деятельность по созданию инновационного климата; 2) деятельность по реализации механизма адаптации к нововведениям; 3) деятельность по созданию инновационных социальных технологий; 4) деятельность по социальному планированию, прогнозированию и моделированию инноваций; 5) деятельность по обеспечению коммуникативного взаимодействия в инновационных процессах.

Каждый из выделенных блоков также имеет свою внутреннюю структуру и предполагает последовательную реализацию определенных мероприятий, обеспечивающих оптимизацию инновационной деятельности. Так, *деятельность по созданию инновационного климата* предполагает повышение инновативности (инновационной креативности) субъектов инновационной практики и инновационной восприимчивости инновационной системы в целом. Это становится возможным только при

перестройке, переориентации сложившейся культуры управленческих отношений, конструировании ее с ориентацией на инновационную организационную культуру. Инновационная культура — устойчивая система норм, правил и способов осуществления инновационной деятельности в различных сферах жизни общества, характерная для данной социокультурной общности [13]. Представляя собой исторически адаптированную в конкретном социуме структуру моделей и алгоритмов инновационных действий, инновационная культура в целом и организационная инновационная культура в частности играют роль социокультурного механизма регуляции инновационного поведения участников инновационного процесса. Самостоятельными направлениями в деятельности по созданию инновационного климата выступают создание системы стимулирования и мотивации (материальной и моральной) инновационной деятельности; формирование высокой степени инновативности персонала и руководителей.

Реализация механизма адаптации к нововведениям требует работы по созданию благоприятных условий для социализации субъектов инновационной деятельности в новых условиях и социализации самих нововведений. Вероятно, это одна из самых сложных и важных стратегических задач инновационной теории и практики. *Адаптация к нововведениям и социализация нововведений* предполагают осуществление и образовательной, и пропагандистской деятельности, направленной не только на рекламу нововведений, но и на выработку понимания инноваций как фактора развития, а инновационной деятельности как социальной нормы. Так, можно говорить о формировании в результате осуществления маркетинга и PR-нововведений инновационного мышления и инновационной культуры. Разработка таких механизмов должна строиться на основе показателей социологического изучения и диагностики социальной реальности и ее трансформации, через прогнозирование инновационных процессов и моделирование виртуальных вариантов перспективного развития модернизируемых систем.

Создание инновационных социальных технологий предполагает разработку методов и приемов, с помощью которых создаются и реализуются нововведения, инициативы, которые вызывают качественные изменения в различных сферах жизни, приводят к рациональному использованию экономических, материальных и социальных ресурсов. Эти технологии выступают и элементом, и результатом человеческого творчества, направленного на улучшение и повышение эффективности и качества труда, общественного производства, социально-экономического развития страны.

Социальное планирование, прогнозирование и моделирование инноваций опирается на репрезентативную информацию, отражающую анализ ста-

туса конкретных нововведений в социальной жизнедеятельности, оценку их эффективности общественным мнением. Так, речь идет о необходимости организации и проведения социологических исследований инновационных процессов и их результатов, что дает возможность создать информационную базу, необходимую как для оценки эффективности и завершенности текущих инноваций, так и для прогнозирования и моделирования будущих. Такие исследования позволят не только получать оперативную и достоверную эмпирическую информацию, характеризующую современное инновационное поле, но и разрабатывать на основе ее систему эмпирических индикаторов и показателей состояния инновационной деятельности, хода инновационных процессов.

Обеспечение коммуникативного взаимодействия инновационных процессов предполагает осуществление информационного взаимодействия участников инновационной деятельности не только с целью обмена опытом, идеями и повышения квалификации, но и с целью формирования навыков и умений по инновационной адаптации, инновационному поведению, инновационной мотивации и инновационной культуре. Здесь необходимы: маркетинг инноваций, их пиар, инновационные тренинги, позволяющие сформировать позицию в отношении к конкретным новшествам, инновационные установки. Можно говорить и о роли менеджмента инноваций, задачами которого являются консультирование инноваций, обеспечение инновационного климата, формирование нового подхода к управлению нововведениями с помощью инновационных менеджеров.

Инновационная политика — это сложное, многоаспектное явление. Она, с одной стороны, должна быть долгосрочной (устойчивой), последовательной, хорошо структурированной, а с другой — мобильной, то есть быстро адаптирующейся к реальным условиям, гибкой, давать возможность ситуативной корректировки и допроектировки происходящих инновационных изменений [26]. Инновационная политика будет эффективной только в том случае, если она будет составлять часть целого механизма управления общественным производством и основываться на *стратегии опережающего* технико-экономического развития с неперменной концентрацией имеющегося научно-технического потенциала на ключевых участках, требующих модернизации.

Инновационная политика повышает эффективность инновационной деятельности и представляет собой стратегию отношения к инновационным процессам, которая должна осуществляться на всех уровнях, и на государственном прежде всего. Так, инновационная политика должна обеспечиваться на микро- и макроуровнях, предусматривая совместимость целей ее осуществления с государственными стратегическими приоритетами в области инновационной политики.

Есть основания рассматривать и думать о технологиях реализации инновационной политики на уровне конкретных организаций и предприятий. В этом случае она выступает логическим продолжением государственной инновационной политики, но вместе с тем учитывает специфические особенности и уникальность конкретной производственной единицы.

Инновационная политика является фактором социально-экономического развития, а ее эффективность в современных условиях зависит от того, насколько быстро удастся сконцентрировать силы и средства на наиболее важных для перспективного развития направлениях. При этом эффективность инновационной политики рассматривается как в технико-технологическом и экономическом измерении, так и в социальном.

Инновационная политика ориентируется на соединение ценностей научно-технологического мышления с социальными ценностями. В истории человечества позитивные социальные изменения происходили под влиянием технико-технологических инноваций, которые воздействовали на развитие важнейших сфер жизнедеятельности, к которым относятся производство, наука, социальная структура, управление, общественные отношения и сам человек. Но взаимосвязь технологических и социальных трансформаций проявляется в том, что «новые технологии по мере своего развития все время создают новое окружение, в котором находится человек» [4, с. 42], поэтому революция в технологиях принципиально меняет социальную сферу, в которой, в свою очередь, создаются новые технологии.

Разработка стратегии инновационной деятельности на государственном уровне имеет огромное значение для осуществления ее на уровнях локальных. На основе обозначенных приоритетов инновационного развития есть возможность эффективно и синхронно отстраивать инновационную деятельность на среднем уровне и микроуровне. Отражение приоритетов государственной инновационной политики в программах инновационной деятельности конкретных организаций и предприятий обеспечивает ее системность и комплексность осуществления на всех уровнях управления.

Таким образом, инновационная политика представляет собой целостную систему мероприятий, связанных с усилением инновационного потенциала за счет развития человеческого, она выступает фактором инновационного развития. Инновационная политика предполагает комплексность в ее осуществлении, единстве всех сфер и уровней ее реализации с учетом глобального и локального, сочетания национального и зарубежного опыта ее реализации.

Свойствами инновационной политики выступают *долгосрочность, последовательность, мобильность и социальная ориентированность*. Информационной базой формирования и реализации инновационной политики являются *результаты социологических и маркетинговых исследований* инновационной практики.

ВЫВОДЫ

1. Управление инновациями осуществляется в системе менеджмента инноваций (в широком смысле), который реализуется посредством организации синхронной и паритетной деятельности в двух направлениях: менеджмента инноваций (в узком смысле) и инновационного менеджмента. Первый представляет собой комплекс мероприятий по сопровождению и регулированию инновационной деятельности на всех стадиях «жизненного цикла» инновационного процесса посредством консультирования, маркетинга и планирования инноваций. Второй предполагает координацию инновационной деятельности через использование новых принципов и форм управления с использованием информационного и социального ресурсов для активизации инновационного потенциала. Цель менеджмента инноваций (в широком смысле) — повышение эффективности инновационной практики на основе принципов научного управления, использующего фактор инноваций в целях перспективного социально-экономического роста и социальный фактор как ресурс инновационного развития.

2. Маркетинг инноваций является составной частью менеджмента инноваций. Он представляется как комплекс мероприятий по исследованию коммерческих и социальных вопросов, связанных с реализацией инновационных процессов для обеспечения соответствия инноваций потребностям общества, а также оптимизации управленческих решений в сфере инновационной практики. Маркетинг инноваций должен касаться в равной степени коммерческих и некоммерческих аспектов инновационной деятельности. Видами некоммерческого маркетинга являются: маркетинг инновационных социальных программ; маркетинг инновационных социальных идей и ценностей, маркетинг социальных проблем; маркетинг стимулирования социальных инициатив.

3. Инновационная политика выступает средством управляемого перехода к инновационному типу развития, реализуется комплексно и системно на всех уровнях и во всех сферах социальной жизнедеятельности. Она должна ориентироваться на создание долгосрочных (устойчивых), последовательных и гибких программ инновационного развития, учет глобального и локального в развитии и реализации инновационных процессов, научную обоснованность. Инновационная политика — система меропр

ятий, направленных на наращивание инновационного потенциала за счет развития человеческого фактора, инновационного социального капитала и культуры. Инновационная политика не должна игнорировать значение социокультурных факторов как средства ее эффективной реализации и стремиться соединять ценности научно-технологического мышления с социальными ценностями.

4. Информационной базой формирования инновационной политики являются результаты социологических исследований проблемного поля инновационной практики, что позволяет комплексно оценить не только состояние общественного мнения в отношении прошлых, текущих и планируемых инноваций, но и диагностировать особенности инновационной включенности субъектов инновационной деятельности. Роль социологии заключается в возможности параметризовать в системе социальных характеристик, социологических и статистических показателей меру социальной включенности населения в инновационные процессы. Результаты таких исследований позволяют сегодня считать главным фактором повышения инновационной активности и объективной предпосылкой формирования инновационного мышления и поведения населения улучшение качества жизни.

Контрольные вопросы и задания

1. Проанализируйте генезис научно-практического направления «менеджмент инноваций».
2. Какова разница содержательной наполненности терминов «менеджмент инноваций» и «инновационный менеджмент»?
3. Определите и объясните задачи и функции менеджмента инноваций в системе инновационной практики.
4. Определите и объясните задачи и функции инновационного менеджмента в системе инновационной практики.
5. Какова роль корпоративной культуры в развитии и инновационной деятельности организации?
6. Какова роль инновационных менеджеров в организации? Кто может выступать лидерами реорганизации?
7. Определите понятие «маркетинг инноваций».
8. Проанализируйте роль и значение маркетинговых исследований в инновационной практике.
9. Охарактеризуйте функции, цели и задачи коммерческого и некоммерческого маркетинга инноваций.
10. Перечислите виды некоммерческого маркетинга инноваций и определите их цели и задачи.

11. Назовите основные принципы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере.
12. Какие виды маркетинговых исследований могут быть использованы в инновационной сфере?
13. Проанализируйте функции, цели и задачи стратегического и тактического менеджмента инноваций.
14. Определите понятие «инновационная политика» и проанализируйте подходы к пониманию данного феномена.
15. Объясните роль и функции инновационной политики в развитии и организации инновационной деятельности и реализации инновационных программ.
16. Проанализируйте задачи инновационной политики.
17. Определите понятие «национальная инновационная система». Проанализируйте и сравните различные национальные инновационные системы.
18. Что является информационной базой формирования и реализации инновационной политики?
19. Определите систему мер по совершенствованию инновационной политики.
20. Определите роль инновационного образования в формировании инновационной культуры.
21. Подберите индикаторы и показатели состояния инновационной культуры.
22. Разработайте программу социологического исследования с целью изучения меры включенности населения в инновационное поле.
23. Разработайте программу социологического исследования с целью изучения меры инновационной готовности населения к участию в инновационной деятельности.
24. Разработайте проект маркетингового исследования в сфере социальных инноваций.
25. Определите систему мер по повышению уровня инновационной культуры населения.

Библиографические ссылки

1. *Акимов Д. И.* Основные типы социального маркетинга // Вісник Харківського національного університету ім. В. М. Каразіна. — 2007. — № 761. — С. 43–49.
2. *Александров В. А.* Прогнозирование и управление нововведениями. — Минск : БПИ, 1988. — 123 с.
3. *Березин И. С.* Маркетинговые исследования. Как это делают в России. — М. : Вершина, 2005. — 427 с.

4. Буслова М. К. Новые технологии как фактор социальной динамики. — Минск : Право и экономика, 1996. — 48 с.
5. Виханский О. С. Содержание и логика развития системы управления общественным производством : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / МГУ им. М. В. Ломоносова. — М., 1987. — 31 с.
6. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии : пер. со словац. / авт. предисл. В. С. Раппопорт. — М. : Экономика, 1989. — 166 с.
7. Гамидов Г. С., Колосов В. Н., Османов Н. О. Основы инноватики и инновационной деятельности. — СПб. : Политехника, 2000. — 323 с.
8. Гульченко И. Г. Социальная сущность маркетинга // Вестник Моск. ун-та. Серия «Социология и политология». — 1996. — № 2. — С. 33–38.
9. Друкер П. Управление обществом будущего. — М. : Киев-Вильямс, 2007. — 2007. — 306 с.
10. Зинов В. Г. Менеджмент инноваций. — М. : Дело, 2005. — 495 с.
11. Иванова Н. И. Национальные инновационные системы. — М. : Наука, 2002. — 243 с.
12. Ильдеменов С. В., Воробьев В. П. Инновационный менеджмент. — М. : ИНФРА-М, 2002. — 206 с.
13. Кобяк О. В. Экономический человек: закономерности формирования мышления и механизмы управления поведением. — Минск : Право и экономика, 2006. — 215 с.
14. Конев И. В. Социальное управление организационными инновациями в развивающейся корпорации : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.08 / Ростов. регион. акад. гос. службы. — Орел, 2005. — 47 с.
15. Косалс Л. Я. Социальный механизм инновационных процессов. — Новосибирск : Наука, Сиб. отд-ние, 1989. — 287 с.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М. : Прогресс, 1990. — 736 с.
17. Крючкова С. Е. Инновации: философско-методологический анализ. — М. : СТАНКИН, 2000. — 186 с.
18. Магура М. И., Курбатова М. Б. Современные персонал-технологии. — М. : Бизнес-шк. «Интел-Синтез», 2001. — 376 с.
19. МакНейл Р. Маркетинговые исследования в сфере В2В: анализ и оценка рынков товаров для бизнеса / пер. с англ. А. А. Шамрай ; под науч. ред. Е. Е. Козлова. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. — 423 с.
20. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования / Технолог. ин-т Джорджии. — 4-е изд. — М. [и др.] : Вильямс, 2007. — 1186 с.
21. Малхотра Н. Маркетинговые исследования и эффективный анализ статистических данных. — Киев : ДиаСофт, 2002. — 767 с.
22. Молчанов Н. Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг. — СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1995. — 144 с.
23. Нехорошева Л. Н., Богдан Н. И. Инновационные системы современной экономики. — Минск : БГЭУ, 2003. — 209 с.
24. Никитенко П. Г., Марков А. В. Инновационная деятельность и устойчивое развитие. — Минск : БИП-С, 2003. — 90 с.
25. Никсон Ф. Инновационный менеджмент. — М. : Экономика, 1997. — 240 с.

26. *Покровский В.* Инновационная политика в условиях рынка // Проблемы теории и практики управления. — 1991. — № 5–6. — С. 80–84.
27. *Романов М. В.* Маркетинговое управление инновационными проектами. — М. : Добрая книга, 2003. — 346 с.
28. *Симхович В. А.* Понимание преданности и морального долга — основа самоидентификации корпоративного человека в японском обществе // Социология. — 2002. — № 1. — С. 25–34.
29. *Симхович В. А.* Феномен корпоративного человека в японском обществе. — Минск : ИСПИ, 2002. — 201 с.
30. Теория управления. Социально-технологический подход / Акад. наук соц. технологий и местного самоуправления [и др.] ; под ред. В. Н. Иванова, В. И. Патрушева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Муниципальный мир, 2004. — 672 с.
31. *Уткин Э. А., Морозова Н. И., Морозова Г. И.* Инновационный менеджмент. — М. : АКАЛИС, 1996. — 208 с.
32. *Фатхутдинов Р.* Инновационный менеджмент как система повышения конкурентоспособности // Управление персоналом. — 2000. — № 1. — С. 29–39.
33. *Федоров В. А.* Социально-философский анализ прогнозирования и управления инновационными процессами : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Рос. ун-т дружбы народов. — М., 2006. — 48 с.
34. *Фонотов А. Г.* Проблемы формирования и реализации инновационной политики : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Рос. акад. наук, Центр. экон.-матем. ин-т. — М., 1992. — 45 с.
35. *Черчилль Г. А.* Маркетинговые исследования. — СПб. : Питер : Питер Принт, 2002. — 748 с.
36. *Янсен Ф.* Эпоха инноваций : пер. с англ. — М. : ИНФРА-М, 2002. — 308 с.
37. *Ясин Е.* Условия инновационного развития и необходимые институциональные изменения // Проблемы теории и практики и практики управления. — 2007. — № 7. — С. 8–20.
38. *Ясников Г. Е.* Инновационное управление. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2001. — 86 с.

ЛИТЕРАТУРА

Аршинов, В. И. Философские аспекты обеспечения инноваций / В. И. Аршинов, И. Е. Задорожнюк, В. Е. Лепский // *Вопр. философии.* — 2008. — № 6. — С. 164–168.

Ахиезер, А. С. История России: конец или начало? / А. С. Ахиезер, И. Калякин, И. Яковенко. — М. : Новое изд-во, 2005. — 704 с.

Бамбаева, Н. Я. Статистический анализ инновационного потенциала Российской Федерации / Н. Я. Бамбаева, М. Я. Уринсон // *Вопр. статистики.* 2008. — № 7. — С. 15–19.

Баркер, А. Алхимия инноваций / А. Баркер. — М. : Вершина, 2003. — 222 с.

Белякович, Н. Н. Социология творчества / Н. Н. Белякович. — Минск : ООО «Эдит ВВ», 2004. — 224 с.

Бешелев, С. Д. Нововведения и мы / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич. — М. : Наука, 1990. — 207 с.

Богдан, Н. И. Мировые тенденции развития инновационной деятельности: проблемы для Беларуси / Н. И. Богдан // *Наука и инновации.* — 2004. — № 1. — С. 53–56.

Богдан, Н. И. Региональная инновационная политика / Н. И. Богдан. — Новополоцк : ПГУ, 2000. — 355 с.

Бунич, А. Декларация об инновациях / А. Бунич // *Свободная мысль.* — № 11 (1582). — 2007. — С. 63–76.

Водошнянова, Е. Другая наука: заказ инновационного общества / Е. Водошнянова // *Свободная мысль.* — 2007. — № 4 (1575). — С. 126–139.

Глазьев, С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев. — М. : ВлаДар, 1993. — 310 с.

Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 годы. Протокол № 05/47 пр. от 08.06.2006 [Электронный ресурс]. — Минск : Комиссия по вопросам ГНТП при Совете Министров Республики Беларусь, 2006. — Режим доступа : <http://www.belisa.org.by/ru/nis/gospr/documgospr/b78789fcb05f289.html>. — Дата доступа : 13.07. 2009.

Голофаст, В. Б. Методологический анализ в социальном исследовании / В. Б. Голофаст ; под ред. В. А. Ядова. — М. : Наука, Ленингр. отд-ние, 1981. — 159 с.

Дадалко, С. В. Инновационная деятельность в Республике Беларусь / С. В. Дадалко, Е. Р. Кадинова. — Минск : Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2000. — 86 с.

Дандон, Э. Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду / Э. Дандон ; пер. с англ. С. Б. Ильина ; под общ. ред. М. Б. Шифрина. — М. : Вершина, 2006. — 304 с.

Данилов, А. Н. Переходное общество: проблемы системной трансформации / А. Н. Данилов. — Минск : Харвест, 1998. — 432 с.

Десятко, И. Ф. Социологические теории деятельности и практической рациональности = Sociological theories of agency and practical rationality / И. Ф. Десятко ; Нац. фонд подгот. кадров, Центр социол. образования ин-та социологии РАН. — М. : Аванти плюс, 2003. — 329 с.

Друкер, П. Ф. Рынок: как выйти в лидеры: практика и принципы = Innovation and entrepreneurship. Practice and principles / П. Ф. Друкер. — М. : Бук Чембэр Интернэшнл, 1992. — 351 с.

Друкер, П. Управление обществом будущего / П. Друкер. — М. : Киев-Вильямс, 2007. — 306 с.

Дудченко, В. С. Основы инновационной методологии / В. С. Дудченко. — М. : На Воробьевых, 1996. — 68 с.

Ермасов, С. В. Инновационный менеджмент / С. В. Ермасов. — М. : Высш. образование, 2007. — 504 с.

Завлин, П. Н. Оценка эффективности инноваций / П. Н. Завлин. — СПб. : Изд. дом «Бизнес-Пресса», 1998. — 215 с.

Завлин, П. Н. Инновационная деятельность в условиях рынка / П. Н. Завлин, А. А. Ипатов, А. С. Кулагин. — СПб. : Питер, 1994. — 190 с.

Заславская, Т. И. О социальном механизме посткоммунистических преобразований в России / Т. И. Заславская // СОЦИС. — 2002. — № 8. — С. 5–21.

Заславская, Т. И. Россия и россияне в новом столетии: вызовы времени и горизонты развития. Исследования НЭСШ / Т. И. Заславская, З. Т. Калугина. — Новосибирск : СО РАН, 2008. — 748 с.

Заславская, Т. И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т. И. Заславская // Социология. — 2007. — № 3. — С. 28–39.

Зинов, В. Г. Менеджмент инноваций / В. Г. Зинов. — М. : Дело, 2005. — 495 с.

Иванов, В. Н. Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления / В. Н. Иванов, В. И. Патрушев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Экономика, 2001. — 324 с.

Иноземцев В. За пределами экономического общества / В. Иноземцев. — М. : Academia-Наука, 1998. — 639 с.

Иноземцев, В. Л. Дилеммы российской модернизации / В. Л. Иноземцев // Социология. — 2009. — № 3. — С. 35–42.

Келле, В. Ж. Государство в сфере инноваций / В. Ж. Келле // Свободная мысль. — 2002. — № 9. — С. 43–55.

Келле, В. Инновационная политика / В. Келле // Свободная мысль. — 2001. — № 6. — С. 68–80.

Келле, В. Ж. Инновационная система России. Формирование и функционирование / В. Ж. Келле. — М. : Едиториал УРСС, 2003. — 147 с.

Келле, В. О пределах инновационных заимствований / В. Келле // Социология : 4М. — 2001. — № 13. — С. 114–122.

Келле, В. Государство в сфере инноваций / В. Келле // Свободная мысль. — 1997. — № 7. — С. 70–80.

Кечина, Е. А. Социология и статистика: методология взаимодействия и развития / Е. А. Кечина. — Минск : РИВШ, 2008. — 252 с.

Коновалов, В. М. Инновационная сага / В. М. Коновалов. — М. : Вильямс, 2005. — 224 с.

Концепция национальной инновационной системы Республики Беларусь на 2006—2010 годы [Электронный ресурс]. — Минск : Комис. по вопр. ГНТП при Совете Министров Респ. Беларусь № 05/47 пр. от 08.06.2000. — Режим доступа : <http://belisa.org.by/ru/news/newsbisa/d8a0da824fd.html>. — Дата доступа : 13.07.2009.

Кравченко, С. А. Куда идет развитие мировой социологии / С. А. Кравченко // СОЦИС. — 2007. — № 1. — С. 6—12.

Кравченко, С. А. Социологическая теория: дискурс будущего / С. А. Кравченко // СОЦИС. — 2007. — № 3. — С. 3—12.

Кучко, Е. Е. Социология инноваций / Е. Е. Кучко. — Минск : Право и экономика, 2009. — 340 с.

Кушлин, В. И. Государственное управление инновационным развитием в современных условиях / В. И. Кушлин // Социология власти. — 2009. — № 5. — С. 38—44.

Лапин, Н. И. Проблемы системного исследования нововведений / Н. И. Лапин // Достижения и перспективы : сб. науч. тр. / Междунар. центр науч. и техн. информ., Комитет по систем. анализу при президиуме АН СССР. — Вып. 28. — № 5. — М., 1982. — С. 29—41.

Лапин, Н. И. России требуются специалисты в области инноватики / Н. И. Лапин // Высшее образование сегодня. — 2008. — № 6. — С. 2—6.

Лапин, Н. Целенаправленное воплощение знаний в инновациях / Н. Лапин // Проблемы теории и практики управления. — 2008. — № 6. — С. 105—114.

Лапин, Н. Стратегия инновационного развития: национальная инновационная система / Н. Лапин // Проблемы теории и практики управления. — 2008. — № 5. — С. 106—118.

Лисин, Б. К. Инновационная культура / Б. К. Лисин // Инновации. — 2008. — № 10. — С. 49—53.

Мареева, Е. Об инновационных подходах и старых ошибках / Е. Мареева // Свободная мысль. — 2007. — № 8 (1579). — С. 25—33.

Методы социологического изучения особенностей функционирования политического поля / Д. Г. Ротман [и др.] ; под ред. Д. Г. Ротмана, В. В. Правдивца. — Минск : БГУ, 2007. — 139 с.

Основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006—2015 г. [Электронный ресурс]. — Минск, 2006. — Режим доступа : <http://belisa.org.by/ru/news/stnews/official/cef385d6e30420d0.html>. — Дата доступа : 13.07.2009.

Панарин, А. С. Реванш истории: российская стратегическая инициатива в XXI веке / А. С. Панарин. — М. : Рус. мир, 2005. — 432 с.

Переходов, В. Н. Основы управления инновационной деятельностью / В. Н. Переходов. — М. : ИНФРА-М, 2005. — 221 с.

Принуждение к инновациям: стратегия для России : сб. ст. и материалов / под ред. В. Л. Иноземцева. — М. : Центр исслед. постиндустр. об-ва, 2009. — 288 с.

Робертс, М. Идеальный инновационный менеджмент / М. Робертс ; пер. с англ. О. В. Тугариновой. — М. : КСП +, 2004. — 255 с.

Ротман, Д. Г. Избранное / Д. Г. Ротман. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2009. – 386 с.
Ротман, Д. Г. Особенности изучения мнений «недоступных респондентов» в социологическом исследовании / Д. Г. Ротман // Социология. – 2006. – № 3. – С. 132–145.

Рывкина, Р. В. Драма перемен / Р. В. Рывкина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2001. – 472 с.

Рывкина, Р. В. Социология российских реформ: социальные последствия экономических перемен / Р. В. Рывкина. – М. : ГУ ВШЭ, 2004. – 440 с.

Теоретические основы управления инновационным развитием в регионах разного типа / М. А. Гусаков [и др.]. – СПб. : Питер, 2004. – 51 с.

Теория управления. Социально-технологический подход / Акад. наук соц. технологий и местного самоуправления [и др.]; под ред. В. Н. Иванова, В. И. Патрушева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Муниципальный мир, 2004. – 672 с.

Тичи, Н. Лидеры реорганизации (из опыта американских корпораций) / Н. Тичи, М. А. Деванна. – М. : Экономика, 1990. – 204 с.

Тощенко, Ж. Т. Парадоксальный человек / Ж. Т. Тощенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во «Юнити-Дана», 2008. – 543 с.

Федотова, В. Г. Хорошее общество / В. Г. Федотова. – М. : Прогресс-Традиция, 2005. – 544 с.

Штомпка, П. Социология социальных изменений / П. Штомпка. – М. : Аспект-пресс, 1996. – 415 с.

Штомпка, П. Социология: анализ современного общества / П. Штомпка. – М. : Логос, 2008. – 527 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| Глава 1. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ | |
| 1.1. Этапы становления теории инноватики..... | 9 |
| 1.2. Социальная инноватика как отрасль научного знания..... | 20 |
| 1.3. Инновационный процесс: особенности и факторы реализации..... | 31 |
| 1.4. Социальные механизмы реализации инновационных процессов | 43 |
| Контрольные вопросы и задания..... | 52 |
| Библиографические ссылки..... | 53 |
| Глава 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ ИННОВАЦИЙ | |
| 2.1. Подходы к классификации инноваций | 55 |
| 2.2. Концептуальные и технико-технологические инновации | 63 |
| 2.3. Организационно-управленческие инновации | 70 |
| 2.4. Социальные инновации | 78 |
| Контрольные вопросы и задания..... | 88 |
| Библиографические ссылки..... | 89 |
| Глава 3. СОЦИОЛОГИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ | |
| 3.1. Социология инноваций как специальная социологическая теория | 91 |
| 3.2. Категориальная структура социологии инноваций | 100 |
| 3.3. Роль социологии в формировании инновационной теории и познании инновационной практики | 115 |
| 3.4. Социология инновационного развития как специальная социологическая теория..... | 129 |
| Контрольные вопросы и задания..... | 139 |
| Библиографические ссылки..... | 140 |
| Глава 4. ИННОВАЦИИ КАК ФОРМА УПРАВЛЯЕМОГО ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ | |
| 4.1. Менеджмент в системе инновационной практики | 144 |
| 4.2. Маркетинг в реализации инновационной деятельности..... | 152 |
| 4.3. Инновационная политика как условие реализации инновационных процессов | 163 |
| Контрольные вопросы и задания..... | 175 |
| Библиографические ссылки..... | 176 |
| ЛИТЕРАТУРА | 179 |

Учебное издание

Кучко Елена Евгеньевна

СОЦИОЛОГИЯ ИННОВАЦИЙ

Учебно-методическое пособие

Редактор *С. П. Гринкевич*

Художник обложки *Т. Ю. Таран*

Технический редактор *Т. К. Раманович*

Компьютерная верстка *О. В. Гасюк*

Корректоры *А. А. Заяш, С. А. Бондаренко*

Подписано в печать 29.03.2013. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.

Ризография. Усл. печ. л. 10,69. Уч.-изд л. 12,26.

Тираж 100 экз. Заказ

Белорусский государственный университет.

ЛИ № 02330/0494425 от 08.04.2009.

Пр. Независимости, 4, 220030, Минск.

Республиканское унитарное предприятие

«Издательский центр Белорусского государственного университета».

ЛП № 02330/0494178 от 03.04.2009.

Ул. Красноармейская, 6, 220030, Минск.