

Осипов Егор Михайлович

доктор социологических наук, профессор
факультета государственного управления
Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

Гаврилюк Артём Владимирович

кандидат экономических наук, PhD,
ассистент факультета государственного
управления Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова
<http://orcid.org/0000-0002-3583-6698>

КУЛЬТУРА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Аннотация:

В статье показана взаимосвязь между культурой инновационной деятельности и социально-экономическим развитием общества. Определена сущность инновации и инновационного процесса. Представлены виды инноваций и изложены их характеристики. Раскрыто влияние творчества и креативности на формирование среды, содействующей активизации процессов создания наукоемких разработок. Определена роль культуры инновационной деятельности в обеспечении эффективного управления знаниями и раскрытии возможностей накопления и развития человеческого капитала. Особое внимание уделено процессу, посредством которого знания трансформируются в инновационную разработку. Показано, что знания являются ключевым ресурсом, который необходим компаниям для получения конкурентного преимущества и интенсивного развития. В работе раскрыто влияние культуры инновационной деятельности на формирование когнитивного капитализма, рост экономики и развитие общества.

Ключевые слова:

инновации, культура инновационной деятельности, знания, творчество, креативность, человеческий капитал, результаты интеллектуальной деятельности

Osipov Egor Mikhailovich

D.Phil. in Social Science, Professor,
School of Public Administration,
Lomonosov Moscow State University

Gavrilyuk Artyom Vladimirovich

PhD in Economics, Assistant,
School of Public Administration,
Lomonosov Moscow State University
<http://orcid.org/0000-0002-3583-6698>

THE CULTURE OF INNOVATIVE ACTIVITY AS A FACTOR OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY

Summary:

The paper shows the relationship between the culture of innovation and the socio-economic development of society. The essence of innovation and innovation process is determined. The types of innovations are presented and their characteristics are stated. The influence of creative work and creativity on the formation of an environment that promotes the activation of the processes of creating science-intensive developments is revealed. The role of the culture of innovation in ensuring effective knowledge management and disclosing opportunities for the accumulation and development of human capital has been determined. Particular attention is paid to the process by which knowledge is transformed into innovative development. It is shown that knowledge is a key resource that companies need to gain a competitive advantage and intensive development. The work reveals the influence of the culture of innovative activity on the formation of cognitive capitalism, economic growth and development of society.

Keywords:

innovation, culture of innovation, knowledge, creative work, creativity, human capital, results of intellectual activity

Концепция инноваций является отправной точкой для дальнейшего изучения и определения влияния наукоемких разработок на социально-экономическое развитие общества. Теория инноваций и ее современные концепции во многом опираются на работы австро-американского экономиста и социолога Йозефа Шумпетера, который определил руководящие принципы инноваций и охарактеризовал их как движущую силу экономического развития в капиталистической системе.

И. Шумпетер популяризировал термин «созидательное разрушение», смысл которого отражал процесс индустриальных трансформаций, реконструирующих экономическую систему изнутри, разрушая старую структуру и создавая новую. По мнению ученого, экономика построена на замкнутых циклах производства и спроса с тенденцией к стагнации, поэтому только инновации способны нарушить существующий баланс и вызвать фазы роста и развития [1]. Эта структурная, циклическая и разрушительная динамика проявляется в обстоятельствах, подобных социально-экономическому кризису, для которых характерна необходимость поиска новых ориентиров и образцов жизни [2], визуализации будущих событий и условий, которые могут повлиять на создание альтернативных моделей занятости и развития общества.

В третьем издании «Рекомендаций по сбору и анализу данных по инновациям» (Руководство Осло), разработанном в 2005 г. Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) совместно с Евростатом, расширен спектр определений и выделены типологии инноваций. В этом более широком взгляде на инновации представлены ключевые аспекты, сформулированные ранее в документе «Зеленая книга по инновациям», подготовленном Европейской комиссией в 1995 г. В Руководстве Осло подчеркнута активная роль общества в развитии инноваций, однако не определены методы выявления и оценки инновационного потенциала социального творчества и уровня развития культуры инновационной деятельности [3]. Этот документ трактует инновации как внедрение нового и значительно улучшенного продукта (товара или услуги), процесса, способа ведения коммерческой деятельности или организационного метода в деятельность организации.

Нововведение в компании влечет за собой создание нового или значительное улучшение существующего продукта или услуги с точки зрения их характеристик или специфики использования. Улучшения могут относиться к техническим характеристикам, компонентам и материалам, удобству использования или иной функциональной особенности. Процессные инновации предполагают освоение нового или значительно улучшенного метода производства и/или организации производства. Под маркетинговой инновацией подразумевается реализация нового коммерческого метода, охватывающего значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, его продвижении и позиционировании на рынке. Организационная инновация представляет собой внедрение в практику компании нового метода организации рабочего места или взаимодействия с внешней средой. Эта типология свидетельствует о разнообразном, сложном и интерактивном характере инновационного процесса и показывает, что он включает не только технологические и производственные аспекты, ведущие к изменениям в деятельности организации, но также содержит механизмы управления знаниями, проявления творчества, раскрытия воображения, поддерживаемые культурой инновационной деятельности.

Условия, которые приводят к созданию инноваций, представляют собой сочетание процессов в организации, являющихся результатом внутренней и внешней научно-технологической динамики. Механизмы преобразования научного знания в инновацию (от идеи до конечного продукта и его дальнейшего практического использования) охватывают множество аспектов деятельности компании, ключевыми из которых являются следующие:

- инновации генерируются как внутри компании, так и приходят в нее извне;
- получение инноваций сопряжено с реализацией творческого потенциала, направленного на применение революционных решений;
- инновации могут выступать в качестве процесса и результата;
- инновации позволяют получить дополнительные социальные, экономические, технологические и экологические выгоды.

Инновация – это не только экономический механизм или технологический процесс. Это, прежде всего, социальный феномен, результат различных взаимодействий и отношений между индивидами. Прежде чем быть реализованной, инновация должна получить общественное одобрение, поскольку ее применение может изменить парадигмы как в способах мышления, управления и производства, так и в потреблении готовой продукции.

Инновационный процесс предполагает превращение идеи в продукт в социальной системе, которая имеет определенные особенности функционирования как на уровне организации (например, взаимодействие сотрудников различных структурных подразделений), научно-исследовательской группы (модель поведения руководящего лица), так и на уровне индивида (применение знаний, умений и навыков). Управление инновационными процессами на разных уровнях менеджмента компании и эффективная гармонизация действий в принятии конструктивных решений позволяют создать синергетический эффект, проявляющийся в поведении людей внутри организации, необходимый для формирования и развития культуры инновационной деятельности.

Инновационная деятельность представляет собой комплекс научно-технологических и коммерческих мероприятий, направленных на создание инноваций. В отличие от инновационной деятельности (инновационного процесса), культура в сфере создания инноваций является более сложным и комплексным понятием, включающим в себя систему ценностей, традиций, норм, правил, знаний и умений сотрудников компании, формируемых под воздействием социальных, экономических, техногенных, национальных факторов и направленных на создание и развитие благоприятной инновационной среды.

Культура инновационной деятельности играет важную роль в обеспечении эффективного управления знаниями и раскрытии возможностей приумножения человеческого капитала [4].

Управление знаниями направлено на сохранение, распределение и использование человеческого капитала организации и позволяет достичь устойчивого конкурентного преимущества за счет повышения производительности и эффективности труда сотрудников компании.

Культура инновационной деятельности содействует развитию креативного потенциала, основанного на результатах творческого труда человеческого интеллекта. Концентрация внимания на творчестве и инновациях меняет механизмы и модели управления человеческими ресурсами, что ведет к обогащению человеческого опыта и формированию новой парадигмы социально-экономического развития общества, возникающей на основе связей между экономикой, культурой, технологиями и социальными аспектами развития как на макро-, так и микроуровне.

Растущий вклад культуры инновационной деятельности в общий ВВП европейских стран является следствием смены парадигмы в экономике, для которой характерны:

- реструктуризация цепочек создания стоимости во многих секторах экономики;
- повышение значимости инновационной деятельности, наряду с другими наукоемкими услугами;
- глобализация экономической деятельности в сфере создания инноваций;
- развитие цифровых технологий, которые оказывают влияние на структуру экономики в целом и на специфику осуществления творческой деятельности в частности [5].

Культура инновационной деятельности имеет решающее значение для повышения уровня конкурентоспособности компаний, роста экономики и развития общества, особенно в периоды интенсивных социальных изменений и производственных проблем. Культура инновационной деятельности также оказывает влияние на развитие когнитивного капитализма, воздействуя на научные, технологические, экономические и социальные инновации.

Творчество лежит в основе культуры инновационной деятельности, а это, в свою очередь, формирует среду, позволяющую активизировать процессы создания наукоемких разработок [6]. С экономической точки зрения творчество – это возобновляемый «ресурс», объемы которого постоянно увеличиваются и пополняются по мере его использования.

Креативность также является фундаментом инноваций, позволяющим решать производственные и непроизводственные задачи неординарным способом, направленным на успешное использование новых идей, выражений и форм, а также на процесс разработки новых продуктов, услуг, бизнес-моделей и способов реагирования на социальные потребности. Креативность основана на творчестве и является лишь технологией организации процесса творчества. Следовательно, творчество имеет первостепенное значение для развития инновационного потенциала граждан, организаций, отраслей экономики и общества в целом [7].

Креативность имеет множество определений, относящихся к умению не только создавать новые произведения и изобретения, но и поддерживать традиционные парадигмы социально-экономического развития, соединять, на первый взгляд, несвязанные элементы и тем самым предлагать эффективные способы решения сложных задач. Креативность, совершенствование бизнес-процессов и сокращение издержек позволили сформировать во многих компаниях культуру, ориентированную на высокое качество осуществления хозяйственной деятельности.

В исследовании Economist Intelligence Unit (EIU) показаны механизмы формирования и развития культуры в сфере создания наукоемких разработок и сложности в осуществлении инновационной деятельности, с которыми сталкиваются компании, расположенные в России, Германии, Великобритании, Франции, Испании, Китае, Бразилии, скандинавских странах, США и странах Ближнего Востока. Исследование позволило определить, что многие компании стремятся создать культуру, в которой сотрудники мотивированы к предложению идей, однако некоторые организации не предпринимают необходимых действий, направленных на создание благоприятных условий для творческой активности персонала [8].

Исследование EIU подтверждает, что инновации с высокой степенью вероятности могут возникнуть в культуре, в которой ценят креативность и нестандартное мышление. Респонденты обозначили три фактора, характеризующие инновационность бизнеса:

- культура, содействующая продвижению идей каждым работником (53 % респондентов);
- высокая степень терпимости к неудачам (41 % участников опроса);
- руководство, заинтересованное в инновационной деятельности (34 % респондентов).

Результаты исследования EIU показали, что культура в сфере создания инноваций является фактором, сдерживающим способность компаний к наукоемким разработкам. Отдельные сотрудники компании «могут быть феноменальными герминаторами креативных и полезных идей, однако в культуре, которая неспособна взращивать инновации, их идеи упадут в бесплодную почву». Согласно проведенному опросу 30 % респондентов считают, что в их компаниях нет культуры, стимулирующей инновации, 30 % отметили, что в их компаниях отсутствует культура

терпимости к неудачам, а 34 % сказали, что сотрудникам не предоставляется время для работы над их собственными проектами [9].

Для эффективной реализации процесса создания инноваций необходимо развивать культуру, ориентированную на высокое качество работы и снижение рисков. Чтобы результаты научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ были успешными, культура инновационной деятельности организации должна постоянно адаптироваться к изменяющимся факторам внутренней и внешней среды, тем самым снижая уровень неопределенности и рисков в принятии управленческих решений.

Модель инновационной деятельности компании Toyota, зародившаяся в японской экономике, фокусируется на знаниях как ресурсе, генерирующем инновации [10]. Американские компании в большей степени делают упор на корпоративное управление производственными и непроизводственными процессами, максимизируя рутину в ходе выпуска наукоемкой продукции, таким образом сводя к минимуму связанные с этим риски и неопределенность. В обоих случаях культура инновационной деятельности имеет важное значение в систематизации и диверсификации инновационных процессов.

Экономическое развитие, которое произошло в Японии в 1980-е гг., было результатом модели, основанной на непрерывном создании инноваций. Этот период характеризовался серией изменений бизнес-моделей, структур управления и рабочих систем. Конечная цель заключалась в том, чтобы наиболее эффективно применять знания в процессе создания инноваций [11]. Культура инновационной деятельности была необходима для достижения этой цели из-за ее влияния на продвижение творчества, развитие гибкости мышления и стимулирование изобретательства.

Знания являются тем ключевым ресурсом, который необходим компаниям для создания инноваций и получения конкурентного преимущества. Важно в наиболее сжатые сроки преобразовывать знания в экономический актив компании. Процесс перевода нематериальных знаний в материальные особенно полезен для понимания потенциала культуры как фактора социально-экономического развития общества, учитывая ценность, приобретаемую определенными формами знаний [12], и роль культуры инновационной деятельности в управлении ими и производстве наукоемкой продукции. Именно с этой точки зрения такие аспекты, как творчество, креативность, эмоциональное воображение, способность к абстракции, созидательная активность обретают новое значение.

В отличие от материальных знаний, которые могут легко формализоваться и передаваться, нематериальные знания включают в себя систему убеждений, интуицию, навыки, способности, умения, культуру и другие элементы, которые усвоены в результате социального участия, полученного опыта или переданных традиций [13]. Преобразование нематериальных знаний в экономический актив повышает потенциал конкурентных преимуществ компании.

Эффективное управление человеческими ресурсами является ключевым условием реализации инновационной стратегии, ориентированной на генерирование идей и практическое применение знаний [14]. Активное взаимодействие сотрудников различных структурных подразделений организации, членов разных проектных групп способствует трансформации личных знаний в корпоративные. Преодоление коммуникационных барьеров и выстраивание диалога между научно-исследовательскими и производственными подразделениями компании позволяют обеспечить эффективное управление результатами интеллектуальной деятельности.

Накопление знаний осуществляется всеми сотрудниками компании в результате творческой деятельности и практического опыта, поэтому крайне важно иметь развитую культуру инновационной деятельности, ориентированную на формирование общих ценностей, норм, правил, убеждений, которые усиливают идентификацию сотрудников с компанией [15]. Чтобы сотрудники были лояльны к компании и демонстрировали высокий уровень вовлеченности в ее миссию, важно разрабатывать культурные стратегии, учитывающие эмоциональные, символические, эстетические и коммуникативные аспекты. Также необходимо создать среду и пространство для инноваций, способствующие творчеству и вовлечению сотрудников в инновационный процесс.

Коллективное решение различных задач, мозговой штурм проектных групп способствуют общению между сотрудниками, развитию командного духа, критического мышления, творческих навыков и способностей, повышению самооценки и мотивации, а также содействуют принятию и разделению целей и ценностей компании. Поиск конструктивных решений производственных и непроизводственных задач за пределами компании также является важным механизмом получения знаний. Проницаемость границ компании и способность адсорбировать необходимые знания, находящиеся за ее пределами, могут быть ценными активами для организации. С этой точки зрения роль культуры инновационной деятельности как проводника творческой среды, богатой социальным капиталом, приобретает стратегическое значение.

Развитие модели управления инновациями тесно связано с креативной экономикой, в которой знания являются наиболее важным фактором в формировании и развитии производственно-технологических цепочек. Оптимизация систематических инновационных процессов, минимизация инвестиционных рисков и организация процессов непрерывного улучшения производства являются ключевыми целями функционирования бизнес-моделей высокотехнологичных компаний.

Важно создать внутри компании систему непрерывной инновационной деятельности, поскольку перманентные изыскания вносят улучшения в механизмы организации научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, что, в свою очередь, стимулирует будущие инновации [16]. Активная инновационная деятельность обладает кумулятивным эффектом – одно нововведение может легко привести к другому, и чем больше будет проведено перспективных исследований и выполнено проектных работ, тем лучше будут результаты.

Инновации не всегда являются свободным проявлением воображения и творческих способностей, воплощенных в сущности изобретателя. Высокотехнологичные компании осуществляют деятельность в соответствии с инновационным меморандумом, направленным на реализацию стратегических целей экономической политики организации, технологическими регламентами и стандартами выполнения научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ под контролем квалифицированных управленцев [17]. С одной стороны, у сотрудников инновационных компаний имеется свобода в выборе способов осуществления деятельности и планирования своего рабочего времени; с другой – необходимо соблюдать нормы и правила, регламентирующие трудовой распорядок [18]. Цель такого подхода заключается в том, чтобы укрепить связи работников с компанией и способствовать получению новых знаний. Этот процесс организации режима деятельности включает принятие культуры труда, поощряющей открытость, сотрудничество и самоуправление.

Творческая активность тесно связана с инноватизацией бизнес-процессов, основанной на материализации результатов интеллектуальной деятельности, выявлении новых технологических возможностей и поиске революционных решений производственных и непроизводственных задач [19]. В этой связи управление человеческим капиталом становится стратегическим элементом социальной и экономической деятельности.

Творческие личности способствуют формированию, накоплению и развитию человеческого и социального капиталов, обеспечивают создание результатов интеллектуальной деятельности и участвуют в обмене знаниями, которые создают различные возможности для развития общества. Личность человека-творца обладает способностью к абстракции и анализу, а также нестандартным, дивергентным образом мышления, что позволяет ей использовать на практике знания из различных областей науки и техники, находить конструктивные решения различных задач, генерировать новые знания.

Расширение круга заинтересованных сторон, участвующих в инновационных процессах, является результатом растущего значения знаний, придаваемого интеграцией их различных типов (естественно-научных, гуманитарных, технических). Развитие общества знаний и влияние новых технологий на инновационные процессы ускорили тенденцию формирования культуры инновационной деятельности, учитывая вес производственной деятельности, связанной с креативной экономикой, признанием талантов и повышением значимости нематериальных активов. Цифровые технологии играют важную роль в нематериальной сфере экономики, поскольку они обеспечивают новые формы социальных обменов и вносят значительный вклад в новые проявления творчества.

Влияние культуры инновационной деятельности на социально-экономическое развитие общества прослеживается на трех уровнях. Первый уровень относится к индивидуальным трансформациям, которые проявляются в виде эстетических, когнитивных и духовных эффектов развития личности, способствующих активизации инновационных процессов. Второй уровень относится к трансформациям на мезоуровне, которые связаны с развитием коммуникативных способностей и в первую очередь влияют на эффективность накопления человеческого и социального капиталов. На этом уровне происходит выстраивание кооперационных цепочек и создание инновационных экосистем, расширяющих возможности субъектов инновационной деятельности. Третий уровень предполагает макроэкономические трансформации, проявляющиеся в виде социальных, экономических и духовных изменений традиционных социально-экономических структур и ценностей общества.

Таким образом, культура инновационной деятельности оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие общества, что выражается в творческой активности и создании наукоемких разработок, формировании и накоплении человеческого и социального капиталов, имеющих решающее значение для повышения конкурентоспособности экономики. Творческая активность способствует получению результатов интеллектуальной деятельности и

накоплению знаний, обеспечивающих развитие социально-экономических систем и содействующих увеличению доли экономической деятельности, связанной с созданием инноваций. Культура инновационной деятельности обладает значительным потенциалом, определяемым как наличие возможностей для формирования и развития благоприятных условий осуществления перспективных научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ.

Ссылки:

1. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. Cambridge, 1934. 159 p.
2. Токлачев П.А. Инновация и ее значение в современной культуре предпринимательства // Российский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8, № 2. С. 107–117. <https://doi.org/10.15643/libartus-2019.2.2>.
3. Руководство Осло: рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. 3-е изд. М., 2006. 191 с.
4. Phillips J. Creating a Culture of Innovation [Электронный ресурс] // Innovation Management. URL: <https://innovationmanagement.se/imtool-articles/creating-a-culture-of-innovation/> (дата обращения: 21.12.2020).
5. Culture as a Factor for Economic and Social Innovation / R. Abeledo Sanchis [at al.]. Valencia, 2012. 159 p.
6. Новичков Н.В. Творческая свобода для культуры, бизнеса, инноваций // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. Т. 8, № 2. С. 91–95. <https://doi.org/10.12737/3881>.
7. Вейнмейстер А.В., Иванова Ю.В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 38–48.
8. Создание инновационной культуры: как транснациональные корпорации реализуют креативный потенциал [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. URL: <https://www.marketing.spb.ru/mr/business/innovative.htm> (дата обращения: 21.12.2020).
9. Там же.
10. Trajectory of Toyota [Электронный ресурс] // Toyota Motor Corporation. URL: <https://global.toyota/en/company/trajectory-of-toyota/> (дата обращения: 22.12.2020).
11. Culture as a Factor for Economic and Social Innovation...
12. Сажина М.А. Материальные и нематериальные знания в современной инновационной экономике // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 5. С. 104–110.
13. Там же.
14. Reinventing Innovation. Five Findings to Guide Strategy through Execution: PwC's Innovation Benchmark Report [Электронный ресурс] // PricewaterhouseCoopers (PwC). URL: <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/business-innovation/assets/2017-innovation-benchmark-findings.pdf> (дата обращения: 22.12.2020).
15. Штомпель Л.А., Штомпель О.М. Культура versus инноваций? // Научная мысль Кавказа. 2015. № 1 (81). С. 34–39.
16. Kochargaonkar A., Boulton J. Designing an Innovation Culture within an Entrepreneurial Environment // Design Management Review. 2014. Vol. 25, iss. 3. P. 10–16.
17. Richter N., Jackson P., Schildhauer T. Outsourcing Creativity: An Abductive Study of Open Innovation Using Corporate Accelerators // Creativity and Innovation Management. 2018. Vol. 27, iss. 1. P. 69–78. <https://doi.org/10.1111/caim.12252>.
18. Czaika E., Valerdi R. The Culture of Innovation Styles: Are our Corporate Cultures Tuned for Innovation? // INCOSE International Symposium. 2014. Vol. 19, iss. 1. P. 788–800. <https://doi.org/10.1002/j.2334-5837.2009.tb00983.x>.
19. Джиоева А.А., Маслов В.И. Менеджмент в XXI веке: культура и инновации // Век глобализации. 2017. № 1 (21). С. 106–119.

Редактор, переводчик: Арсентьева Ирина Ильинична