

Мы наши, мы новый мир построим

роль инноваций в обществе

Инновации, будучи мощным двигателем общественного прогресса, несут множество положительных эффектов, но, тем не менее, они не лишены и негативных аспектов в экологическом и социальном плане. Инновации вынуждают общество менять образ жизни. И чем больше их удельный вес, тем более сильны и заметны вызванные ими изменения. Поэтому роль инноваций необходимо рассматривать во всем ее многообразии.

Ф. Янсен, чьи исследования посвящены инновациям, рассматривает их «...в качестве магистрального пути, обеспечивающего постоянный рост и процветание компании» [5, С. 9]. Согласно его мнению, при помощи инновации происходит увеличение *итоговой ценности для потребителей*, а, в конечном счете, *усиление их лояльности*. «Разрабатывая новые виды бизнеса, мы создаем дополнительные источники потока наличных денежных средств и, следовательно, увеличиваем стоимость акций. Создавая ценность для заинтересованных лиц, мы можем увеличить поток наличности, что позволяет осуществлять последующие капиталовложения в дальнейшую разработку товаров, услуг и процессов...» [там же]. Это, в свою очередь, приводит к непрерывности и постоянству инновационного процесса.

Ф. Янсен рассматривает модель ТАМО (рис. 1), где инновационная траектория представлена следующим образом: новые технологии (Т) – новые виды товаров и услуг (А) – формирование новых рынков (М) – введение новых организационных форм (О):

Очковская М.С.
*аспирантка кафедры
политической
экономики
экономического
факультета
Московского
Государственного
Университета
им. М.В.Ломоносова*

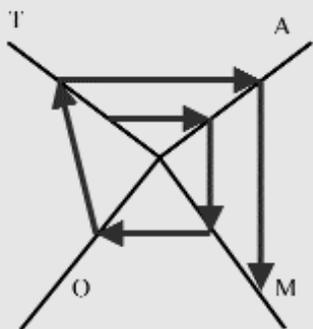


Рис. 1. Модель ТАМО.

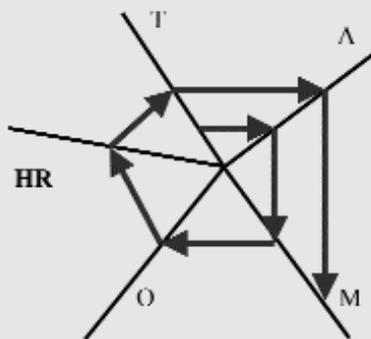


Рис. 2. Модель ТАМОHR

На наш взгляд, модель ТАМО можно развить дальше и добавить еще один важный элемент – **инновации в человеческий капитал (HR)** (рис. 2).

Инновации в развитие человеческого капитала вызывают качественные изменения в его структуре за счет непрерывного роста образования, повышения квалификации, передачи опыта. Это приводит к созданию новых рабочих мест, появлению новых видов профессий. Именно человек, обладая талантом, способностями и требуемыми навыками, является творцом инноваций.

Роль инноваций можно определить через ее функции. А.Н. Фоломьев и Э.А. Гейгер выделяют *познавательную, преобразовательную, организационную, мотивационную, социально-потребительскую, ресурсосберегающую, исследовательскую и информационную* функции инноваций [4, с. 12]. Каждая инновация будет сочетать в себе свой набор и значимость функций. Например, для новой технологии наиболее характерна преобразовательная, ресурсосберегающая, организационная функции; для нового метода анализа – исследовательская,

именно человек, обладая талантом, способностями и требуемыми навыками, является творцом инноваций

***с развивающей пересекается
творческая функция,
направленная на развитие
творческого содержания труда***

информационная, познавательная; для нового способа организации труда или производства – организационная и преобразовательная функции. Инновации, обладающие наиболь-

шими преобразовательными функциями, А.Н. Фоломьев и Э.А. Гейгер называют *инновациями-факторами*. «Инновации становятся факторами не по своему абстрактному состоянию, а по тому эффекту, который вызывается их применением» [4, с. 17].

На наш взгляд, представленные выше функции инноваций можно расширить. Необходимо отметить *развивающую функцию* инноваций, направленную на человека, повышающую его квалификацию, образовательный уровень, побуждающую его к совершенствованию. С *развивающей* пересекается *творческая функция*, направленная на развитие творческого содержания труда. И, наконец, следует подчеркнуть *гуманистическую функцию* инноваций. Актуальными становятся инновации в области гуманной педагогики, имеющие своей целью всестороннее развитие личности учащегося.

Э. Мэнсфилд [1] подчеркивал *социальную роль инноваций*, которая выражается в большей полезности для потребителя, более низких потребительских ценах, экономии времени потребителя. Интересен пример социальной роли российских инноваций. Многие российские инновации изначально являются решениями для не совсем платежеспособных покупателей. Например, на одной из венчурных ярмарок в Санкт-Петербурге была представлена биодобавка для скота – специальный порошок, рассчитанный на очень слабых телят, от которого они начинают быстро набирать вес. Что касается потребителей в России, хозяйства, где скот болен и неухожен, не в состоянии позволить себе эту биодобавку, поскольку им не хватает денег на первоочередные задачи, например, починку коровника. А что касается потенциальных потребителей в Евросоюзе, то там стадо

здоровое, и эта биодобавка им не нужна. Или другой пример: также на этой венчурной выставке была представлена насадка на рентгеновский аппарат для оцифровки изображений на рентгеновском аппарате. Ни одна из насадок не была продана. Насадка стоила 40 тыс. долл., а новый современный аппарат, в который эта насадка и другие приспособления уже встроены изначально – 60 тыс. долл. Очевидно, что если у медицинского учреждения есть средства, то оно скорее приобретет новый и полноценный аппарат, чем потратит две трети суммы на довысок к старому.

Подобные ситуации типичны. Российские инноваторы часто предлагают решения, основное достоинство которых состоит в том, что они являются аналогами (полными или неполными) зарубежных технологий, продуктов, *но стоят дешевле*. Это не совсем верный путь.

Существенные технологические успехи всегда были связаны с тем, что компании предлагали что-то принципиально новое по высокой цене, и лишь «сняв сливки», начинали снижать цены. *Инновация – это не обязательно экономия денег, но всегда новое качество жизни, за которое ее потребители и платят*.

А.И. Пригожин считал, что инновациям свойственны противоречия [2, С. 73]. Как правило, все инновации нарушают равновесие, устойчивость системы. Как реакция на изменение возникают напряжение, стресс, конфликт. То сопротивление, которым среда нередко встречает новую идею, следует считать объективным фактором.

Б. Санто предлагает рассматривать три уровня конфликтов, возникающих из-за инноваций [6, С. 166]:

1 уровень - микрообщественный конфликт (на уровне людей);

2 уровень - среднеобщественный (на уровне организаций);

3 уровень - макрообщественный (на уровне страны).

Также возможны кон-

инновация - это не обязательно экономия денег, но всегда новое качество жизни, за которое ее потребители и платят

**чтобы экономика
поддерживала инновации
и прогресс, она должна
удовлетворять основным
экологическим принципам**

фликты в отношениях между отдельными уровнями.

Внедрение инновации часто означает для индивида необходимость отказа от старого, привычного. В производстве появление новой идеи зачастую ведет к

обесцениванию труда. Кроме зависти и опасений престижного характера причиной конфликта может быть приверженность прежним ценностям, консерватизм. Часто спутником инноваций выступают стрессовые явления на рабочем месте и в повседневной жизни.

Инновации, с одной стороны, создают новые интеллектуальные рабочие места, способствуют появлению новых профессий, интеллектуализации условий труда, повышению уровня образованности и культуры, а с другой - разрушают такой источник экономического роста, как полная занятость, могут вызвать расширение масштабов безработицы. Спутником инновации является требование перегруппировки рабочей силы [3, С. 177].

Окончание следует

Литература

1. Mansfield E., Rapoport A. and others. Social and private rates of return from industrial innovations. // *The quarterly Journal of economics*. 1989. № 91 (2 May).
2. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия. – М.: Политиздат, 1989.
3. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М.: Прогресс, 1990.
4. Фоломьев А.Н., Гейгер Э.А. Менеджмент инноваций: теория и практика. – М.: РАГС, 1997.
5. Янсен Ф. Эпоха инноваций: Пер. с англ. - М.: Инфра-М, 2002.

pn