

УДК 330

М.В. Малаховская, Н.А. Скрыльникова

**ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИЙ К СОЗДАНИЮ
ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ**

На основе гипотезы неоднородности инновационного процесса в статье представлено понимание единства процессов формирования и реализации мотиваций участников хозяйственных и общественных взаимодействий. Предлагаемый подход позволяет концептуально выстраивать и верифицировать стратегии и проекты инновационной деятельности любого уровня.

Ключевые слова: мотивация, инновационная деятельность, инновационный процесс.

Мировой опыт свидетельствует, что в ряде стран сложились национальные инновационные системы, позволяющие эффективно преобразовывать новые знания в научно-инновационные продукты и, далее, в новые товары и услуги и тем самым способствовать повышению качества жизни.

Постановка общенациональной задачи формирования инновационного пространства в экономике России предполагает понимание условий, факторов, закономерностей и движущих сил, обеспечивающих ее решение. Если задача перевода экономики на инновационный путь развития не подкрепляется на государственном уровне действительно обоснованной концепцией и непротиворечивыми программами, то это порождает завышенный уровень ожиданий сначала и усиление социальной апатии впоследствии.

Непосредственные призывы к развитию инновационного бизнеса тем более неадекватны, что уже само предпринимательское сообщество достаточно близко подошло к тому, что инновационный бизнес – это характеристика комплексности, последовательности или даже синхронизированности всех организационно-технологических компонентов деловой активности. Состав ее включает собственно продукт, технологию его изготовления, организацию производственного процесса, систему мотивации участников, корпоративную культуру, маркетинговую политику и организацию продаж. В силу неальтруистической природы бизнеса все эти информационно-инновационные составляющие обеспечивают коммерческий успех, являясь только средством его достижения и расширения. При этом подчеркивается необходимость одновременного и адекватного изменения среды бизнеса (администрирование в хозяйственной системе, эффективное сервисное сопровождение и пр.) в сторону инновационных приоритетов [1].

В этой связи приходится констатировать, что сложившаяся структура российской экономики (в том числе и в первую очередь – институциональная) не нуждается в системных инновациях. Если принять во внимание узость социальной базы инновационного развития (не более 10 % населения, по самым оптимистичным оценкам), очевидные разрывы в инновационных цепях, трудности достижения национального консенсуса, поскольку элиты связаны преимущественно с сырьевым сектором и традиционными отрасля-

ми, отсутствие эффективных организационно-административных структур и механизмов государственного управления инновационным процессом, то это может означать, как признают многие исследователи, невозможность для нынешней России инновационного сценария развития. Действительно ли это так? И насколько адекватны сами сценарии и способы их проектирования?

Понятно, что инновации предполагают изменения по определению. Поэтому для формирования потребности в тех и других стратегически возникает необходимость выявления закономерностей поведения всей хозяйственной системы в ответ на внешнее возмущающее воздействие. А тактическая необходимость регулирования характеристик и темпа протекания процесса для решения задачи в заданный период заставляет исследовать инновационный механизм и его однородность, своеобразие результата, появляющегося вследствие применения инструментов различной природы и различающихся методов их использования. Оставляя в стороне традиционно обсуждаемые аспекты инновационного процесса, представим его содержание с точки зрения мотиваций, лежащих в основе инновационного поведения. Без проникновения в сущность этих характеристик обсуждение инновационных стратегий становится бессмысленным. Таким образом, внимание должно быть сфокусировано на главном: кто, почему и как будет осуществлять инновации.

Исходя из гипотезы неоднородности инновационного процесса, представим вариант его понимания на основе процессов формирования и реализации мотиваций участников хозяйственных и общественных взаимодействий.

Информатизация хозяйственной среды, организаций, трудовых отношений, характеристики используемой информации как ее важнейший элемент задают через формирующуюся мотивацию инновационности экономическое поведение участников хозяйственной системы. Возмущающее воздействие этих процессов на условия и возможности воспроизводства участников хозяйственного взаимодействия весьма существенны. При предположении, что информатизационное преобразование хозяйства – этап в его развитии, т.е. изменившиеся условия воспроизводства, то характер этого преобразования – постепенность или «обвальность» – существенно определяют возможности воспроизводства всех участников. Если же сложившийся стереотип мотивации рассматривать как производную фазы цикла экономического развития, в которую участник сформировался, то обвальная информатизация застает участников традиционных хозяйств «врасплох». У них нет освоенных, рутинизированных инновационных моделей поведения. Стандартные же процедуры воспроизводства не содержат мотивации к нововведениям и изменению. «Рутинизированность» инновационного процесса имеет принципиальное значение, поскольку именно это придает процессу системный и воспроизводящий характер.

«Вдруг» инновационное поведение как массовый феномен не возникает. Формирование устойчиво мотивированного поведения инновационного типа, осуществляемое как государственная политика, предполагает понимание источников и закономерностей возникновения мотиваций вообще [2]. Естественно предположить, что в качестве ресурсного фактора мотивационного пространства выступают благосостояние (включая состав и структуру целей

как характеристики благосостояния будущих периодов) и связи систем, в состав которых вовлекается участник взаимодействия. Это предположение находится в русле допущений современной экономической теории.

Рассматривая инновационность как способ максимизации благосостояния, требуется учесть, что мотивация – функция, увязывающая в пространстве и во времени текущее, ожидаемое и реализованное благосостояние. Само благосостояние не является вневременной характеристикой, так как текущее благосостояние определяется предыдущим и, в свою очередь, определяет последующее через доход и имущество. Это предполагает в функции связи такие составляющие, как мотивация потребления и мотивация сбережений. Ресурсное обеспечение мотивации различается в зависимости от структуры благосостояния субъекта, которая преобразует саму логику рациональности как метода принятия решений. Отсюда следует, что в результате осуществления государственной политики инновационность должна стать способом межвременного согласования активов.

Важным обстоятельством реализации инновационной политики выступает и то, что субъект непосредственно функционирует в условиях короткого периода, но его стратегические решения ориентированы на длительный. Констатируя относительную редкость субъектной инновационной мотивации (в случае, например, генетической предрасположенности к исследовательской деятельности), следует указать на возникновение сравнительного преимущества в реализации долгосрочного благосостояния для ее носителей. Субъектная инновационная мотивация появляется и реализуется через повышение приоритета функции новатора в экономическом статусе участника при ожидании возрастающего эффекта от масштаба деятельности данного вида. Источником прибыли в условиях инновационной экономики становится вся цепочка от появления идеи до потребления продукта. Поэтому цель максимизации прибыли замещается целью консенсусной оптимизации ее распределения между участниками трансакции. При этом денежное понимание прибыли замещается более широким представлением о совокупных чистых выигрышах всех участников инновационной цепи (включая потребителей).

Возникает настоятельная необходимость в лучшей спецификации и защите прав собственности, которые увеличат отдачу от инноваций как формы активности, адекватной инновационной экономике, и соответствуют необходимости широкого взаимодействия. Это означает преобразование персональной инновационности в групповую и институциональную. Способами достижения таких преобразований являются институционализация хозяйственной среды на принципах классического или неоклассического контракта и организация профессионального взаимодействия на условиях имплицитного контракта с высокой долей взаимного доверия. Фактически процесс мотивирован обеспечением экономической безопасности участников, учетом возрастающих рисков и попыток их минимизации для предотвращения стратегических ошибок, связанных с использованием инноваций.

В управленческом анализе по умолчанию принимается гипотеза целесообразности хозяйственного поведения субъекта. Это предполагает способность к максимизации доходов (благосостояния) на протяжении всей жизни,

а не отдельных ее периодов. В связи с этим попытка формализации экономического поведения субъекта на долговременном интервале приводит к гипотезе о способности к построению траектории экономической жизни каждым экономическим субъектом и предположении принципиальной управляемости ею при инновационном изменении среды.

Инновации как результат поведения испытывают зависимость от поведенческих целей. Различия в уровне компетентности участника, его информированности и освоенного режима доступа к ресурсам приводят к формированию различной по составу и иерархии целевой картины и функции. Целевую картину можно структурировать в соответствии с субординацией, масштабом достижения, взаимодействием, временным горизонтом, адаптируемостью, объектами, консолидацией, социальной направленностью, степенью достижимости, адекватностью конкретно-экономической реальности, способами измерения, сферой и, наконец, ролевой нагрузкой, значимостью целей в достижении ожидаемого благосостояния. Очевидны различия инновационного поведения участников, по-разному формирующих свои целевые функции по обозначенным параметрам. Следовательно, на одни и те же меры, принятые регулятором (в контексте нашего рассмотрения – государством, проводящим инновационную политику), может возникнуть различная реакция хозяйствующего сообщества. Целевая функция, возникающая в результате целеполагания, определяя одновременно структуру мотивации субъекта и ожидаемый результат для благосостояния, требует такого контекста целей инновационности, который превращает их во взаимно поддерживаемые.

Целесообразность как компонент рационального экономического поведения, определяюще воздействующий на допустимость инновационности, заставляет обратить внимание на сложность природы рациональности, характеризующей индивидуальную эффективность и мотивации экономического поведения. Значит, процесс принятия решений может быть представлен как технология мотивации. Так, концепция адаптивных ожиданий предполагает, что субъект, принимающий решения, опирается лишь на ту информацию, которую использовал в прошлом, и игнорирует появившиеся изменения среды. Но информация характеризуется: 1) издержками субъективной фиксации; 2) отсутствием возможности однозначной стоимостной оценки полученного объема данных; 3) неопределенностью полезности; 4) специфическим (более сложным) механизмом старения, отличным от механизма морального износа вещных благ; 5) персонифицированным (специфицированным) видом, придаваемым ей когнитивными ограничениями, представляющими собой «информационные фильтры». В свою очередь, концепция рациональных ожиданий утверждает, что субъект прогнозирует ожидаемое значение параметра, используя стохастическую модель его формирования, и учитывает всю имеющуюся на данный момент информацию о факторах, влияющих на определяемое значение прогнозируемого явления. Технологическая специфика мотивации субъектов, обнаруживаемая и на этом материале, очевидна.

Процедура принятия решения может быть классифицирована как «этос», «пафос» или «логос». Решения «этос» принимаются под влиянием традиций, устоявшихся предпочтений и характеризуются как рутинные (так называемое

«шаблонное поведение»), что закрепляет способы хозяйственного поведения в экономической культуре общества и сокращает издержки принятия решения.

Решения «пафос» являются ситуативными, обусловленными новизной информации и существенной зависимостью от поставщика информации. Полем соотнесения затрат и выгод остается процесс принятия решения, рациональность может быть определена как моментная. Критически значимым выступает поставщик информации, т.е. субъект, ответственный за комбинирование данных и тем самым определяющий содержание информации и способ информирования [3]. При этом возникает заметное изменение в транзакционных издержках.

Решения «логос» предопределяются сравнением ожидаемых затрат и выгод по всем известным информационным характеристикам и всем имеющимся агентским составляющим субъекта одновременно. Рациональность фокусируется на процессе реализации решения, что приводит к изменению благосостояния субъекта. Большое значение имеет при этом структура предпочтений и ранжирование субъектом сфер своей активности.

Инновационное и информационное изменение среды существования позволяет по отношению к целевой функции (экономическому интересу) осуществить выделение рациональности двух типов, задающих возможности и ограничения будущей инновационной деятельности (активности). Эти два типа следующие: инструментальная рациональность (выбор форм, методов предстоящего взаимодействия) и ценностная (функциональная) рациональность (выбор сферы и характера коммуникаций). Дифференциация инновационного поведения участников может возникать и на этом уровне.

При реализации инновационного поведения важна способность к поддержанию достигнутого субъектного и хозяйственного статуса, определяющаяся через институциональную эффективность, которая формируется как следствие непротиворечивого соединения инструментальной и функциональной рациональностей. Развитие представления участника о потребностях, соответствующих освоенному экономическому и социальному статусу, инициирующее инновационность (определяющее тенденции оценки благосостояния), генерируется расширением информационного поля, теоретически повышающего прозрачность функционирования институциональных структур (государства, в частности). Изменяются технологии подачи информации и, следовательно, управления информационным потоком (электронное правительство, сайты компаний, форумы и блоги как способ дискутирования, расширяющий аудиторию и придающий дискуссии новое интеллектуальное качество).

Контрактный характер среды взаимодействия формирует интерпретативную рациональность как способность к верным ожиданиям в отношении экономического поведения участников взаимодействия и обязанность адекватно демонстрировать собственные намерения. Асимметричность информационной среды формирует различия в структуре рациональности (соотношение инструментальной и функциональной составляющих) по мере развития субъекта и позволяет характеризовать рациональность как избирательную. Это

подтверждает весьма высокую степень неопределенности в возникновении мотивации, резко возрастающую в случае инновационного поведения. Кроме этого, рациональность по участкам траектории экономической жизни можно классифицировать как текущую и стратегическую, между которыми может существовать противоречие по объектам, методам и учитываемой информации ввиду наличия, как минимум, когнитивных ограничений участника. Характеристики инновационной деятельности хозяйствующего субъекта определяются функциями, выполняемыми им в экономическом взаимодействии. Успешность экономического взаимодействия требует тождественности экономических статусов участников конкретного взаимодействия (как системы выполняемых ими в хозяйственной среде функций). Нарушение условий тождественности статусов, свойственное реальной действительности, асимметричность доминирования отдельных функций дифференцируют экономические статусы субъектов хозяйствования и создают неопределенность по ожидаемым результатам этого взаимодействия. Отсюда следует вывод, что в основе мотивации лежит необходимость достижения индивидуальной эффективности экономического поведения со стороны целей и со стороны располагаемых ресурсов деятельности.

Межсубъектное взаимодействие приводит к образованию объединений, порождающих формы ответственной зависимости, изменяющие достижение целей и преобразующие мотивации участников. Взаимная адаптация экономического поведения привносит характеристику производности поведения отдельного субъекта от хозяйственного поведения объединения. При этом по симметрии распределения ответственности экономическое пространство неоднородно. Формирующаяся организационная культура вносит свой вклад в организацию мотивационной среды.

Еще один вид ресурсов мотивации по этой причине представлен связями системности хозяйственных организаций, в которые носитель мотивации оказывается вовлечен. В этом случае инновационность можно рассматривать как эффект обучения в группе (своеобразный «эффект социализации») и способ ориентации на выигрыш от кооперации. В общем виде способность организаций мотивировать инновационное поведение участников определяется: 1) размером и архитектурой; 2) технологией производства и принятия решений; 3) избранной стратегией; 4) способами стратификации инсайдеров.

Инновационность – это свойство активности (в рассматриваемом случае – хозяйственной активности), а механизмы рынка, администрирования и корпоративности позволяют организационной культуре сделать мотивации участников однородными, снижая издержки обмена информацией и уменьшая неопределенность в ситуациях выбора. Взаимодействие характеризуется степенью симметричности экономического контроля, являющейся гарантией паритета согласованных во взаимодействии экономических интересов. В результате конкретно-экономической реализации инструментальности (сочетания принудительных, символических и утилитарных механизмов поддержания целостности организаций) возможны различные типы организационной культуры (община, корпорация и ассоциация), соответственно различно формирующие мотивации участников к инновациям. Если мотивационная задача

организаций может различным образом решаться в контексте двух управленческих парадигм (рационалистической или поведенческой), то весьма высока корреляция зависимости динамики благосостояния от изменения статуса и структуры ролей субъекта, являющихся базисными характеристиками институциональной эффективности. Организации способны задать условия, в которых ранг инновационного поведения начинает повышаться, т.е. инициируется рекомбинация функций в составе экономического статуса участника. С этим связаны, например, надежды, возлагаемые на работу учреждений образования на всех его этапах (от дошкольного до последиplomного).

Вместе с тем участие в объединениях сопряжено как с выигрышами, так и проигрышами в доступных инструментах управления мотивациями. Размер организации, увеличиваясь, уменьшает порог чувствительности денежной мотивации, поскольку прерывает прозрачность участия в создании результата. Однако укрупнение создает дополнительные возможности в реализации статусов, формируя умножение горизонтальной и вертикальной составляющих динамики продвижения, выраженного в качественно и количественно изменяющихся формах реализуемой субъектом активности. В силу действия эффекта масштаба оказывается возможным вовлечение в инновационную деятельность «колеблющихся» участников. Видимо, именно этот эффект определяет успешность бизнес-инкубаторов. Устойчивость мотивации участников крупных организаций может обеспечиваться только созданием структурной определенности, обособления участников со сходными статусными и производственными характеристиками, поддерживающей контроль уровня собственного участия субъекта в создании благосостояния организации.

Очевидно, что изначально различаются мотивационные возможности к инновационному поведению, заложенные в рутинных, индустриальных технологиях, технологиях ремесленного типа и пионерных технологиях создания продукта. Концепция конкурентного преимущества на основе ключевой компетентности мотивирует реабилитацию ремесленных подходов, при которых организация осуществляет сочетание уникальных технологий с адаптированным к ней отлаженным производственным процессом и высококвалифицированным персоналом. Управление развитием инноваций в этом случае основано на вовлечении потребителя в процесс преобразования информации. Традиционный маркетинг исходит из утверждения, что спрос определяется потребителями, но в инновационных предприятиях заложена возможность возникновения идей и их трансформация в товары и услуги до возникновения покупательского спроса, поскольку информационноемкие товары и услуги имеют лаг признания как для промежуточного потребителя (производителя), так и для конечного [4].

При постановке вопроса об управлении мотивациями инновационного поведения участников возникает проблема нормы и меры реакции на внешнее воздействие. Статус участника взаимодействия существенно влияет на структуру реакции, изменяя соотношение стандартных и специфичных ее составляющих. Влияние ролевой субординации статуса на институциональную эффективность его осуществления не вызывает сомнений. Организации, функционирующие на основе наемного труда, усложняют практическую реа-

лизацию инновационных мотиваций (из-за высокой степени взаимозависимости работ, недостаточности информации о деятельности каждого работника, возникновения изменений в обязанностях по мере изменения технологий достижения целей организации), но расширяют возможности по управлению ими.

Поскольку выбор способа взаимодействия участников может не являться неизменным и специфицированным для всего периода существования субъекта, постольку сетевые и оболочечные организационные структуры постепенно занимают место предпочитаемых и эффективных организационных схем инновационной экономики [5]. Следует отметить, что сетевая организация как совокупность малых фирм или производителей предоставляет участникам большую гибкость и большее равенство в распределении доходов по сравнению с крупными иерархическими структурами. Участники сетевой организации по определению «скованы» отношениями взаимных обязательств и ответственности. Способность отдельных элементов сетевых организаций формировать экономическую недобросовестность ведет к возникновению особого рода трансакционных издержек – издержек внутри организации. Для установления нормальных межличностных отношений в инновационных командах и укрепления доверия применяют ротацию руководства команды, стремятся к максимально четкой постановке цели ведущегося проекта, прибегают к системе распределения ролей.

В анализе устойчивости мотивации инновационного поведения важно понимание причин невозвращения мотивации в равновесие после экзогенных и эндогенных шоков (они представляют собой факторы неустойчивости явления). Распределение эндо- и экзогенных факторов мотивации не может рассматриваться как неизменное. Значимым фактором становится неопределенность полезности информации, которая формирует баланс между мотивациями достижения и мотивациями избегания. Актуализируется ограничение гибкости и мобильности мотивации как факторов эффективной адаптации к поведению среды (хозяйственных систем разного уровня, в которые субъект оказывается вовлечен). При этом неизбежно противоречие между необходимостью свободы, порождаемой креативностью участника, и необходимостью властных усилий по поддержанию целостности организации для обеспечения результата в заданном виде и в указанные сроки. Таким образом, мотиватором административно регламентированного поведения в инновационной экономике остается поддержание товарности результата деятельности. Но для разрешения противоречия необходим поиск форм поощрения самоконтроля и неконформного поведения, укрепления уверенности в общем успехе, создание информационной среды для эффективного обмена знаниями без подавления индивидуальности и профессиональной идентичности, что, по сути, означает частичную и неявную передачу функций адаптации на уровень самоменеджмента. Доверие и в этой среде следует анализировать как экономический феномен.

К экзогенным факторам мотивации инновационного поведения следует отнести, по крайней мере, определяющую уровень частного благосостояния структуру рынка (в подавляющем большинстве случаев рынок является олигополистическим), особенности национальной инновационной системы,

включающей способы институционализации интеллекта и хозяйственной среды, текущие макроэкономические факторы (уровень цен на нефть и другое сырьё, высокую инфляцию).

В наиболее общем виде мотивацией спроса на инновации являются два типа потоков: изменение потока доходов в силу изменения поведения потребителей и изменение потока расходов в силу недоступности ресурсов или низкой результативности для достижения поставленных целей традиционных способов их привлечения и потребления. Сообразно с простейшей моделью соотношения спроса и предложения существуют два мотива предложения инноваций: инновации, возникающие как результат самореализации носителей этого предложения, связанные только с их потребностью в творчестве, и инновации, возникающие как ответ на давление падения или отсутствия спроса на выпущенные традиционные продукты. Как показывают новейшие исследования, в России практически отсутствует высокотехнологичный бизнес, предъявляющий устойчивый спрос на новые технологии и на проведение научных исследований, и вообще запросы научно-исследовательских компаний, бизнеса и государства в этой сфере существенно расходятся [6].

Изучение характеристик инновационного поведения в инновационной среде с позиции порождающей его мотивации позволяет выявить механизмы управляемости участников взаимодействия через осмысление генезиса субъекта хозяйственных отношений и логики его экономического поведения (причем не только обособленного хозяйствующего субъекта, но и кооперированного), обнаружение специфики и частных форм хозяйственной динамики.

Понятно, что мотивации информационно-инновационной экономики не могут быть сведены только к мотивациям участников соответствующих секторов хозяйства. Невозможно даже считать рабочей гипотезой тезис о том, что они критически важны в генерировании информационно-инновационного пространства. Как это ни парадоксально, но более важны мотивации потребителя информационно-инновационного продукта.

Определение мотивации как способа организации целесообразной активности хозяйствующего субъекта и результата воздействия внешней и внутренней среды экономики позволяет указать механизм (форма адаптации экономического интереса), способ (организация и самоорганизация) и источник (сохранение субъектной определенности) формирования мотивации. Комбинация механизмов, способов и источников определяет эффективность технологий принятия решений в информационно-инновационной среде.

Таблица 1

Классификация механизмов мотивации инновационного поведения

Инновационный признак	Механизм мотивации
Объективация инновации	Ресурсный (труд, земля, капитал и т.д.), технологический, продуктовый, организационный, исследовательский, социальный, коммуникационный и т.д.
Носитель инновации	Национальная хозяйственная система как целое, региональное хозяйство, фирма, подразделение фирмы, домохозяйство
Технология реализации инновационного потенциала системы	Ковровый (массовый), точечный (персонифицированный)
Цикличность в реализации инноваций	Адаптационный (изменение собственного поведения), модификационный (изменение среды)

Механизмы мотивации инновационного поведения могут быть установлены по ряду признаков (табл. 1).

Изменение условий потоков доходов и ресурсного обеспечения бизнеса должно изменять все компоненты экономической мотивации: производственно-технологической, финансово-инвестиционной, маркетингово-информационной, организационно-управленческой (GR-менеджмент в том числе). Но особенность разделенного труда в современном хозяйстве такова, что даже при единстве требования представления о текущих и стратегических соотношениях издержек и выигрышей на частном (как индивидуальном, так и внутри- и межфирменном) и общественном уровне эти мотивационные изменения требуют различающихся активных компонентов для своего возникновения и реализации.

Так как мотивация участников инновационного и информационного взаимодействия как во внутренней, так и во внешней среде бизнеса – это мотивация распределенного субъекта, то для успешности реализации она должна быть согласована по составляющим, синхронизирована по методам, инструментам и времени осуществления. Составляющая общественных благ в действительно инновационных проектах может оказаться даже выше, чем составляющая частного блага. Именно это мотивирует обязательность участия государства в реализации проектов такого рода [7]. Производной мотивации государства (следствия целевой функции и способа ее оптимизации) является наличие у него развитых механизмов отбора наукоемких проектов (в том числе создания за счет средств государственного бюджета «локальных инфраструктурных оболочек» для развития высокотехнологичного бизнеса, т.е. особых экономических зон, технопарков, бизнес-инкубаторов). Должны быть также сформированы системы разделения рисков, определены регламенты и полномочия операторов (в первую очередь финансовых), ведущих высокорисковые инновационные проекты. Вообще, отбор и процедуры разделения рисков и ответственности между создателями инновационной продукции предопределяют основы государственно-частного партнерства в инновационной сфере. Главным в таком партнерстве является право каждого участника инновационного взаимодействия на создаваемое новое знание, технологии, продукцию [8]. Вот почему переход на инновационные рельсы обуславливает необходимость постоянного развития и коррекции законодательства в сфере защиты интеллектуальной собственности.

Мотивированию участника инновационного процесса предшествует целеполагание. Вопрос о целеполагании участников не является праздным, так как там, где нет единства целей, нет и не может быть единства действий. Каковы действительные, а не декларируемые цели участников распределенного субъекта?

Поскольку абсолютное совпадение экономических интересов участников невозможно, постольку взаимодействие участников распределенного субъекта, наряду с признанием его институционально-контрактного характера, может быть определено как компромисс интересов. Следовательно, фундаментальная характеристика компромисса (способность содержать экономическую недобросовестность) должна быть перенесена и на возникающие моти-

вации участников. В этом случае критический фактор мотивации участников общественного разделения труда информационно-инновационного процесса, конкурентная устойчивость которого в существенной мере определяется способностью противостоять нелегитимному использованию ресурса ключевой информации, – высоко специфицированные отношения собственности. Если такая спецификация отсутствует, то это приводит к возникновению «институциональных ловушек мотивации». Широко озвучена в связи с серией крупных финансовых корпоративных скандалов проблема лояльности инсайдера, имеющего доступ к ключевой или даже просто коммерчески значимой информации фирмы, т.е. проблема его мотивированности на сохранение конфиденциальности доступных сведений и на неизвлечение асимметричного выигрыша от экономической недобросовестности (саботажа, финансового мошенничества, халатности). В случае крупных инновационных проектов такая экономическая недобросовестность означает издержки упущенных возможностей, не поддающиеся оценке.

Связка «соответствие жалования (заработной платы) цене доступной информации» не может решить проблемы, так как проблема мотивации не является собственно рыночной. Это проблема соответствия профессионального, персонального и институционального статусов участника взаимодействия. Нелегитимные действия – девиационно-инновационное, разрушающее рутинизированное пространство (и даже закрепляемое извлечением выигрыша) поведение – характеристика не только наемного персонала. Они проявляют себя на уровне структур, администрирующих функционирование хозяйства, в случае, когда изменения подрывают привычные способы формирования их частного благосостояния. Они проявляют себя и на уровне собственника при его оппортунистическом поведении в составе коалиций. В качестве самого простого примера можно задаться вопросом о мотивации работодателя на полное, достоверное и своевременное информирование работника для надлежащего выполнения им вмененных ему функций. Все это свидетельствует, что мотивация инновационности способна сделать ее не только положительной для сообщества функций.

Анализ экономического поведения позволяет обнаружить фактически достигаемые субъектом цели и цели, приписываемые ему прочими участниками хозяйственного взаимодействия. Различия между указанными видами целей порождаются не только диалектикой сущности и видимости, но и самим участником взаимодействия, извлекающим выгоды из «экономической недобросовестности». Кривые безразличия в целевом анализе могут наглядно проиллюстрировать возможность замещения одной цели другой без потери благосостояния потребителя.

При проведении государственной инновационной политики следует учесть различающиеся реакции участников хозяйственного процесса, испытывающих сходное воздействие внешней среды, что определяется сложной системностью самих мотиваций, проявляющейся в различии их структур. Структура мотивации может быть: 1) иерархически упорядоченной (содержащей однозначно реализуемые вертикальные и горизонтальные связи компонентов); 2) матричной (в этом случае диспозиция элементов не предпола-

гает их однозначной взаимообусловленности); 3) сетевой (связи носят нестабильный и стохастический характер). Вариативность поведения носителей мотиваций есть следствие различий в ранжировании ими мотивов и различий ранжирования возможностей улучшения собственного благосостояния, создаваемых изменяющейся средой.

Точечность мотивации нового типа, немассовый характер ее появления и освоения ставит вопрос о необходимости ее культивирования, «выращивания» инноватора. Если рассматривать «выращивание» как способ институционального конструирования, то кому надлежит взять на себя издержки генерирования новых типов экономического поведения? Если инновации рассматривать как коммерчески мотивированный процесс, то субъектом конструирования является автономно функционирующий предприниматель. Но значимость нового типа поведения для экономики как целого и его неразвитость даже и в этом случае ставят вопрос о государственном патронировании. Внутренняя и внешняя утечки кадров, недостаток молодых специалистов, декалфикация кадров в процессе решения дискретных инновационных задач (например, участие в оффшорном программировании предполагает во многих случаях рутинную деятельность с неясными целями), угрозы для национальной безопасности в связи с оппортунистическим поведением участников инновационного процесса или, например, использованием проприетарного программного обеспечения, ведущего к технологической зависимости от отдельных игроков рынка, отсутствие органической связи между образованием и научной деятельностью и т.д. делают критически важными ответы на вопросы: что выступает предметом патронирующей деятельности государства и каковы методы патронирования?

Следствием изложенного выше является вывод о многофакторной природе мотивации. Это позволяет обнаружить как множественность инструментов ее формирования, так и множественность возможностей управления ею в процессе согласования экономического поведения. Суммируемое представление о признаках и формах мотивации инновационного поведения дано в табл. 2.

Остановимся для примера на трех из выделенных признаков более подробно. Так, фактором статусной мотивации организаций является образование внутренних рынков карьеры. Разница в предельном вознаграждении, возникающая при продвижении в вертикальной структуре организации, представляет собой способ мотивации подчиненных с формализованными критериями отбора при продвижении. Тогда легко возникающая имитация инновационного поведения – тип функционально-диспозитивной мотивации, лишенный, однако, конструктивной составляющей для участия в созидательной кооперации. Напротив, имитация инновационной деятельности более разрушительна, чем любая другая, потому что результат инноваций не моментален, его верификация порождает лаг признания.

По отношению к коалиционным составляющим всеобщего, особенного, единичного инновационность может быть следствием действия мотивационной константы общества (яркий тому пример – переселенческие экономики Северной Америки с выраженной предпринимательской функцией участни-

ков), следствием требований группового взаимодействия (перманентное подтверждение креативного статуса в специализированных «командах» внутри фирм) или возникать на уровне рациональности отдельных участников (изобретатели разного масштаба и в разных сферах деятельности есть во всякой экономике).

Таблица 2

Характеристики мотивации инновационного поведения

Признаки мотивации	Формы мотивации
Генезис	Естественная (порождена личностными особенностями), социальная (вследствие эффекта обучения в группе)
Объект мотивации	Непосредственная (потребность в способе организации самой деятельности как реакция на рыночные сигналы), опосредованная (следствие потребности принадлежности к инновационному сообществу)
Субъект, инициирующий / реализующий принятие инновационных решений	Индивидуальная (индивидуальные инноваторы), групповая (групповые инноваторы), государство (директивный или индикативный инноватор), общественная (гражданское общество) с общинными, кооперативными и ассоциативными коммуникациями внутри каждой из форм
Тип координации	Саморегулирующаяся, внешне корректируемая
Тип взаимодействия со средой	Подкрепляемая (требующая вознаграждения в виде денежного или неденежного дохода), автономная (самоподкрепляющаяся)
Соотношение компонентов, обеспечивающих целостность инновационного поведения	Статическая, динамическая
Источник мотивации	Институционально-императивная (следствие природы самого участника), функционально-диспозитивная (вынужденная особенностями его текущего взаимодействия)
Отношение к коалиционным составляющим всеобщего, особенного и единичного	Мотивационная константа общества, культура организаций (национальная экономическая ментальность); рациональность отдельных участников (следствие требований группового взаимодействия)
Характер инновационной активности	Мотивация достижения, мотивация избегания

По характеру инновационной активности можно выделить мотивацию достижения и мотивацию избегания. Условие взаимовыгодности взаимодействия так структурирует мотивацию на формы предпочтения и избегания, что групповое, например, ведомственное, противодействие инновационным программам может оказаться непреодолимым. Разработка программ и рабочих планов на государственном уровне, процедура определения компетенций и разделения ответственности в соответствии с бюрократическим принципом «сдержек и противовесов», выявление эффективных инструментов требуют значительного времени и, следовательно, лишают инновационную политику гибкости, т.е. возможности своевременной коррекции, которая этому роду деятельности должна быть присуща в наибольшей степени в связи с трудно-прогнозируемой природой знания и высоким риском осуществления инновационных проектов.

Таблица 3

Типология стратегий инновационного поведения субъекта

Типологический признак	Характеристика стратегии	Условия / Последствия
Способ согласования инновационного поведения	Послушание, простое следование (соответствие установленным государством и корпоративным бюджетным границам инновационной деятельности); оппортунизм (формальное написание «инновационных программ», не подкрепленных никакими видами бюджета)	Высокие издержки осуществления стратегии для участников и национальной экономики
Степень традиционности используемых инновационных практик	Копирующая (легальное или нелегальное использование чужих инноваций), адаптивная (освоение производства продукции, производившейся прежде более развитыми экономическими субъектами с учетом особенностей собственных ресурсов), креативная (системное производство новых знаний, продуктов, технологий)	Использование чужих инноваций различного рода в условиях слабой спецификации прав собственности, появление улучшающих инноваций, появление радикальных инноваций
Тип взаимообусловленности инновационного поведения	Активная (пионерная, преобразующая), реактивная (вынужденная как ответ на необратимое изменение условий)	Диффузия инноваций как следствие нового знания, возникающего в сети; публичное противостояние неприемлемым условиям освоенной деятельности
Ведущая экономическая роль присвоенного статуса	Инновационность предпринимателя (развитие потенциала рекомбинации существующих и появляющихся ресурсов), инновационность потребителя (компетентность в определении качеств благ, необходимых для улучшения благосостояния) и т.д.	Институциональное, структурное и инфраструктурное обеспечение инновационного процесса

Пространство состояний систем мотивации может быть сведено к двум составляющим: субъектной мотивации (определяющая инновационность через структурированность и субординированность всех экономических ролей участника) и агентской (допускающая иррелевантность инновационности по отношению к некоторым ролям). Как известно, основные экономические роли, присущие участнику хозяйственных связей следующие: 1) потребитель; 2) собственник ресурсов; 3) инвестор; 4) организатор; 5) работник; 6) предприниматель; 7) страховщик и т.д. Каждая выполняемая экономическая роль формирует свой стандарт достижений. Только сходный тип ранжирования функций в составе экономического статуса различных субъектов порождает устойчивые кооперативные мотивации. Так каким должен быть набор и порядок ранжирования для образования мотиваций инновационности?

Стратегия инновационного поведения субъекта может быть определена через субординацию ролевой структуры, порождаемой участием в различных формах организационного взаимодействия для эффективного конкретно-экономического достижения целей воспроизводства. Возможно выявление типологии вероятных инновационных стратегий (табл. 3).

При важности всех признаков типологизации инновационных стратегий с точки зрения практической значимости приоритетным следует считать анализ ролевого доминирования. При определении экономического поведения субъектов именно он указывает не только на степень управляемости мотивациями, но и на преимущественные формы и методы осуществления эффективного экономического управления любым хозяйственным образованием.

Осознание усложнения мотивационных процессов, протекающих в инновационной экономике, имеет принципиальное значение для оценки инновационных перспектив российской экономики. На наш взгляд, представленный подход позволяет концептуально выстраивать и верифицировать доктрины, стратегии, программы, проекты инновационной деятельности любого уровня как документы реального действия.

Литература

1. Власти призывают развивать «инновационный бизнес». Что это такое, на Ваш взгляд? // Томский бизнес-журнал. 2008. № 10. С. 6–8.
2. Малаховская М.В. Логика мотивации хозяйствующего субъекта. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2000.
3. Олейник А. Кризис как повод для оптимизма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.polit.ru/research/2009/03/09/optcrisis.html>
4. Малаховская М.В., Скрыльникова Н.А. О необходимости терминологической определенности при анализе процессов информационной экономики // Вестник Томского государственного строительного университета. 2005. № 2. С. 5–14.
5. Харгадон Э. Управление инновациями. Опыт ведущих компаний / Пер. с англ. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007.
6. Доклад «Долгосрочный научно-технологический прогноз Российской Федерации: итоги» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fasi.gov.ru/news/press-c/1571>
7. Скрыльникова Н.А. Государственное регулирование развития информационных технологий. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2002.
8. Гордеев А., Киселёв К. Механизм государственно-частного партнёрства в сфере науки: в чьей воле его запустить? [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.oprec.ru/docs.aspx?id=225&ob_no=87106