

Размышления о восприятии инновации социумом



Г. И. Немченко,
*д. э. н., профессор кафедры
таможенного дела, Тюменский
государственный университет*
e-mail: gnemchenko@utmn.ru

Позитивный настрой на уровне принятия решений вовлечь в инновационный процесс как можно больше субъектов не допускает сомнений и традиционно рассчитан на активную поддержку новой траектории роста. Этот расчет может быть удовлетворительным, если согласиться, что проблема инновационного развития воспринимается одинаково любым числом разных людей. На самом деле это не так. Сравнительный анализ мотивации, проведенный методом экспертных оценок, воспроизводит различные потенциалы новаторов-консерваторов, которыми обладают

Ключевые слова: инновации, восприятие бизнеса и социума, интерференция мотивации, новаторы, консерваторы.

Ведущая роль корпоративного сектора не востребована

Широкий спектр приоритетных направлений стимулирования и мер поддержки инновационной деятельности предложен крупным компаниям госсектора, малым и средним предприятиям, другим юридическим лицам Стратегией инновационного развития РФ на период до 2020 г. [1]. Для решения поставленных задач предложены направления стимулирования и поддержки, инструменты объединения усилий бизнеса, науки и государства, новые институты развития — технологические платформы.

Ради справедливости отметим, что сигнал бизнесу о приоритете «инновационного развития экономики» был дан Министерством экономики и торговли РФ еще в период разработки и обсуждения Стратегии социально-экономического развития РФ на период до 2010 г. (раздел 3.3). Но поскольку стратегия осталась проектом и официально не была утверждена, то пере-



Ю. А. Токарев,
*к. э. н., доцент кафедры таможенного дела,
Тюменский государственный университет*
e-mail: tokarevya@mail.ru

субъекты экономической деятельности. Выявлен широкий диапазон восприятия инноваций от активной поддержки до отторжения и предложена модель интерференции мотивации.

Решение проблемы управления сводится к поиску компромиссного варианта, обеспечивающего максимальное значение активных позиций и минимальное воздействие контрпозиций. Задача известная, но ее решение на практике осуществляется в режиме «hand made management», при котором сложно надеяться на количественное расширение нововведений без вдохновения и стимулов.

ключения спроса на инновации и развитие высокотехнологического сектора экономики не произошло.

Ведущая роль корпоративного сектора, признанная и теорией стратегического управления, и экономической политикой государства, в реальной действительности оказалась невостребованной. Опустив анализ проблем, причин и препятствий активизации инновационному развитию, пассивность бизнеса проиллюстрируем мнениями экспертов. Понятно, что подбор тенденциозен, но предвзятость оправдана и обусловлена направленностью последующего анализа.

По мнению президента РСПП РФ А. Шохина «40% российских предприятий не занимаются инновационной деятельностью». Понимание того, что собственная инновационная разработка продолжительна во времени, занимает несколько лет, то только менее 20% российских компаний ведут научные исследования, 30% — совместно с зарубежными партнерами, а 24% отдают заказы зарубежным разработчикам [2].

«Роль корпоративного сектора, частных предприятий, — по мнению директора ИМЭМО РАН А. Дынкина, — по-прежнему остается минимальной, и это хронический дефект, который мы пока не можем преодолеть» [3].

«Уважающее себя предприятие, — уверен представитель по развитию инновационного предпринимательства ТПП РФ В. Малай, — имеет банк технологий, которые оно готово выпустить на рынок. Но у нас в стране нет спроса на инновации» [3]. Крупные корпорации, по его мнению, при нормах прибыли в 100% и более не интересуются новыми технологиями.

А исполнительный директор по инновациям группы ОНЭКСИМ М. Рогачев высоко оценивая инновационный потенциал, убежден что «к технологическим инновациям мы только приступили, у нас еще все впереди» [3]. В качестве весомого аргумента в пользу такого предположения автор ссылается на двадцатилетний период внедрения стольких институциональных и организационных инноваций, скольких ни одна страна не совершала с подобной скоростью. И здесь какие-либо возражения неуместны.

Для адекватного понимания поведения бизнеса не следует забывать концентрацию революционных и эволюционных инноваций, осуществляемых Россией в XX в. Строительство коммунизма, развитого социализма, коренная перестройка, полный хозрасчет, переход от централизованно-планируемой к рыночной экономике, в конечном счете, и не на пустом месте воспроизводят скептическое отношение социума и оправдывают консервативное поведение бизнеса. Унаследованные традиции противиться переменам в обществе формируют эволюционный сценарий мобилизации потенциала, выбирая центры и людей, которым ставятся новые задачи. Инерционный характер эволюции, названный Т. Вебленом «зависимостью от предшествующей траектории развития или эффектом исторической обусловленности развития (path-dependency)» [4], как нам кажется, для начала следует фиксировать в качестве отправного положения.

Во-первых, как умозрительный, так и критический анализ показывает, что заявленные стратегии в XXI в. при очевидной стройности и обоснованности не отличаются анализом прецедента предшествующей деятельности в оправдание предстоящих перемен. Стратегическая активность, как сама собой разумеющаяся, сверху провозглашается в категориях, не связанных никоим образом от стратегии к стратегии. Как и следует ожидать, молчаливая поддержка новых идей, принудительное включение в план внедрения сил из числа сторонников приводит к новому перераспределению ресурсов и низкой эффективности стратегических программ.

Во-вторых, одновременно с непоследовательностью в выборе стратегических ориентиров не решается задача диагностики восприятия и готовности к новым переменам от полного отрицания до самостоятельного проведения изменений. Среди тех, кто проектирует концепции/стратегии, бытует мнение, что в конце концов важные решения будут приняты под давлением конкуренции, полномочий регулировать местные рынки, и наконец, оценки политических рисков.

Сегодня, в связи с тем, что стратегическое управление играет важную роль, есть нужда принятие решений предвзвешенно перечнем контрольных мероприятий по достижению конечного результата: диагностика потенциала — консерватизма и мобилизация экономических субъектов на поддержку внедрения изменений; распределение ресурсов — ограничений во времени и региональном пространстве в зависимости от урожайности хлеба, а не только стоимости барреля нефти; проектирование сходимости логического сценария с вероятным достижением поставленных целей; распределение ответственности и вознаграждений за успех и, наоборот. Идея не нова, но отказавшись от планирования, расхождения между принимаемыми решениями и реальным исполнением сопровождаются нередко «приглашением... к следователю» [5].

К этому следует добавить соображения о таких функциях управления как контроль и ответственность за достижение поставленных целей. Непрерывный процесс стратегического строительства, начиная с «Основных положений государственной стратегии РФ по охране окружающей среды и обеспечению устойчивого развития» (Указ № 236 от 04.02.1994 г.), только однажды сопровождался подведением итогов упомянутой выше Стратегии-2010. «Можно в течение многих лет писать концепции стратегии, извести на это тонны бумаги, получая приличные средства из бюджета, быть экспертами при различных ветвях и уровнях власти, но не нести ответственность за результаты своей деятельности» — склонен настаивать Б. А. Виноградов [5], не преуменьшая заслуги привлекаемых специалистов. Безразличие чиновников к конечному результату, в особенности, если они не несут ответственности, фактически дискредитирует идеи стратегического планирования. По понятным причинам новые стратегии не находят признания у тех к кому они обращены, исполнение замыкается на себя, а вся стратегическая деятельность, становится иллюзорной. Хотя сторонников такой точки зрения немного, все же практика показывает, что планирование превратилось в процесс ради процесса и чисто теоретическое занятие. Не институционализируя планирование как функцию управления, монолитная концепция единой социально-экономической системы начинает уступать концепциям территориальных (федеральные округа), региональных (субъекты федерации), отраслевых (виды экономи-

Таблица 1
Потенциалы стимулов/консерватизма субъектов инновации

Субъект инновации \ Тип инновации	Домохозяйства	Фирмы			Профессиональные ассоциации, союзы, социальные движения	Государство
		Малые	Средние	Крупные		
Частное благо	0	+2	+1	0	-1	-2
Клубное благо	0	+1	+2	0	+2	-2
Общественное благо	-2	0	-1	+1	+1	+2

Основные показатели инновационной деятельности организаций

Наименование показателей	2007	2008	2009	2010	2011	Среднее
Удельный вес организаций, осуществлявших инновации, в общем числе организаций, %	6,6	6,5	7,5	9,8	9,8	8,0
из них занимавшихся инновациями:						
технологическими	6,1	5,0	5,2	7,8	8,5	6,5
маркетинговыми	0,6	0,7	0,6	2,3	2,0	1,2
организационными	1,5	2,3	3,6	4,5	4,6	3,3
Удельный вес затрат на инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг, %	0,8	0,9	0,8	1,0	0,8	0,8
<i>в том числе:</i>						
технологические	0,7	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8
маркетинговые	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
организационные	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг, %	0,6	0,7	0,4	0,9	1,8	0,9

ческой деятельности) систем, отвечающим их потребностям.

Уже эти рассуждения свидетельствуют о том, что авторитетные заявления и установка на экономическую целесообразность инновационного развития имеют слабое воздействие на деятельность предприятий, а также восприятие домашних хозяйств. Перестраиваясь от стратегии к стратегии, поведение субъектов инноваций (табл. 1) в зависимости от стимулов существенно отличается от теоретических моделей [6].

Для измерения силы побудительных/противодействующих причин заимствована 5-балльная шкала, где +2 – максимальная сила стимулов к осуществлению конкретного типа инновации, –2 – консервативное, а 0 – нейтральное отношение [6].

Пассивность бизнеса в освоении инновационных технологий, отсутствие предпринимательской воли объясняет выбор подходящей экономической рациональности – стоимость/прибыль и рациональности здравого смысла – накопленный опыт/субъективное восприятие. Для того, чтобы убедиться в этом достаточно обратиться к статистическим наблюдениям по Тюменской области, которые не изобилуют показателями роста инновационно активных организаций (табл. 2, 3) [7].

Введение Федеральной службой государственной статистики формы федерального статистического наблюдения № 4 – инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» в 2006 г. и обязательность заполнения вне зависимости от того, осуществляли они ее или нет, озадачило фирмы, но не вызвало энтузиазма. Низкая восприимчивость бизнес-

структур к инновациям, недостаточный уровень инновационной активности, проблемы в организации управления инновациями на уровне организаций и общая оценка ситуации как неблагоприятной однозначно признаны Стратегией-2020 [1].

Предпочтение стабильности и минимизации рисков провоцируют кратковременную успокоенность, сдержанное поведение компаний и топ-менеджмента относительно инновационной деятельности. Стабильность и традиции сохранения достигнутого и тому подобные действия, оглядываясь на историческую ретроспективу, приводят к скромным результатам, замедляют процесс приспособления к новым условиям.

«Модель интерференции мотивации» поведения индивидов

Человеческие ресурсы, человеческий потенциал, человеческий капитал, так уж повелось, традиционно рассматривается в виде обезличенного фактора экономического развития. При этом предполагается, что этот совокупный фактор исключительно рационален и принимает решения, руководствуясь здравым смыслом и благоприятствующими возможностями.

Другими словами цели, задачи и стратегии априори ставятся как перед чем-то целым и однородным. Недифференцированный, неструктурированный, валовой подход к трудовым ресурсам был оправданным и полезным в период осуществления ранее известных реформ. Маловероятно, что недостаточно разукрупненный и структурированный относительно типов

Таблица 3

Основные показатели инновационной деятельности малых предприятий

Наименование показателей	2007	2009	2011	Средняя
Число предприятий, осуществлявших технологические инновации, на конец года, единиц	14	25	31	
Удельный вес предприятий, осуществлявших технологические инновации в общем числе организаций, %	4,6	4,8	5,5	4,9
Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг, %	1,6	0,5	0,8	0,9
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг, %	0,2	0,6	0,9	0,6

рационального поведения человеческий фактор подчиняется логике и покажет высокую степень всеобщего согласия. Интерпретация тех или иных отклонений от теоретической рациональности весьма актуальна в анализе субъективной мотивации и интересов живых людей.

Положительное решение бизнеса о выборе варианта инновационной деятельности включает в себя не только «формирование компетенций инновационной деятельности», но и психологическую оценку физическими лицами того, что для них предпочтительнее. Такая предпосылка основана на «принципе методологического индивидуализма», введенного Й. Шумпертом в анализ индивидуальных действий [8], согласно которому никакие внешние факторы не способны оказывать воздействие на собственные цели индивида. Следовательно «именно отдельные индивиды формируют вид и порядок экономической системы в целом, поэтому любые социальные явления можно объяснить через поведение отдельных индивидов и взаимодействие их индивидуальных мотивов» [9].

Здесь уместно напомнить, что по известным причинам в недалеком прошлом человек труда рассматривался в системе непосредственно общественного труда как человек коллективный, что в терминах рыночных отношений, по нашему мнению, аналогично «человеку корпоративному». Внешнее отличие состоит лишь в том, что первый входил в группу лиц — коллектив, объединенных общностью труда, а второй в группу лиц — корпорацию, объединенных общностью профессиональных и иных интересов. Разница, как видно, не существенная, так как объединение лиц в коллектив было так же подчинено одной цели, общим интересам в какой-нибудь деятельности. Возможно, поэтому в настоящее время используются и то и другое, в частности, «кодекс корпоративной этики» и, одновременно «коллективный договор».

В то же время «индивид с его частными интересами как базовая единица экономического анализа» [8], взятая во взаимосвязи с производственными целями, рассматривается в системе управления человеческими ресурсами фрагментарно и поверхностно. Представляется важным еще предпринять попытку теоретического осмысления человеческого фактора, как субъекта инноваций (в который включаются то ли однопорядковые, то ли тождественные по смыслу понятия — человеческие ресурсы, потенциал, капитал) с позиции эмпирических данных, поскольку в них отражаются как инновационная культура, так и претензии на выбор варианта инновационного развития. Систематизация имманентной неоднородности, анализ типов поведения и признание отличительных восприятий действительности восполнит не только пробелы отечественной экономической теории, но и сослужит полезную услугу практикам в распознавании признаков преданности/безразличия изменениям. Сравнение мотивации человеческого фактора российского с зарубежными моделями, что рекомендовано образовательными программами и переводными учебниками, бесперспективно. Смысл состоит в том, что умный, образованный, изобретательный, как говорится, сам себе на уме, российский человеческий

фактор не коррелирует с образцами европейской или американской модели.

Накопление собственного и использование зарубежного опыта, перенесение закономерностей и принципов рыночных отношений во внутреннюю среду компаний, расширяют наши возможности наверстать упущенное и привлечь внимание к обособленному индивиду — физическому лицу или «человеку экономическому». Но чтобы фирме побудить «человека экономического» к определенной деятельности, необходимо отказаться от нереалистичных предположений об общности целей, совпадении интересов, слепой преданности корпорации.

Из экономической теории [10] известно, что индивиды руководствуются при выборе предельной полезностью, т. е. соотношением выгоды и лишений, которые последуют за теми действиями, которые человек предпримет сейчас. Человек выбирает, в первую очередь, не то, что приобретет, а то, что потеряет.

По мнению А. Филиппова «Человек корпоративный в противоположность человеку экономическому, ориентированному исключительно на собственный успех, создает прежде всего для себя среду (условия), в которой он может жить и развиваться. В целом человек корпоративный по мотивации много сложнее, требует более развернутого мотивационного пространства. Кроме того, он всегда обеспокоен своим будущим, что проявляется, например, в его озабоченности по поводу экономической чистоты среды обитания» [11].

Фирма, со своей стороны, взвешивает доходы и расходы таким образом, чтобы максимизировать прибыль, т. е. предельный доход. Поэтому оценки с точки зрения фирмы отличаются от расчетного эффекта в сфере государственных финансов и одновременно оба этих расчета расходятся с оценками физических лиц, которые они принимают в соответствии с субъективными предпочтениями.

Следует заметить, что в реальности наблюдается отождествление компании и людей, игнорирование поведения и влияния последних на результат деятельности первых. Руководство компаний чаще обращает внимание на состояние основных активов, дефицит оборотных средств и факторов, непосредственно касающихся экономики производства в ущерб развитию человеческого капитала. Акцент на оборудовании и одновременно относительное пренебрежение поведенческими характеристиками персонала обуславливают принципиальную незаинтересованность работников в сотрудничестве для достижения общих целей. Присчитывая все «за» и «против», «индивиды, принимая решения, согласно концепции равновесия Д. Нэша, действуют в собственных интересах, а не в интересах общества «...участники взаимодействия максимизируют свое, а не общественное благосостояние» [9]. И здесь приобретает практическую значимость один из принципов ограниченной рациональности Г. Саймона, которому соответствует институциональная модель поведения индивида, а именно — «экономические агенты ставят перед собой цели определенного уровня, более низкого, чем максимально возможные для них» [12]. Факторов, свидетельствующих о предпочтении

выбора собственной структуры ценностей более чем достаточно.

Развивая эту тему далее, здесь лишь отметим актуальность дезагрегированного подхода к модели поведения человека с целью нахождения принципиально новых комбинации взаимодействия в зависимости от выстраиваемой экономической политики и психологических детерминаций проявления поведения [13].

Забвение человеческого фактора, сильный крен в сторону частнособственнических технико-технологических факторов на начальном этапе реформ не обеспечили условий для обновления производства, использования резервов человеческого потенциала. Как индивидуальная собственность, человеческий потенциал не капитализируется в активную производственную функцию — человеческий капитал. Тенденция последних лет такова, что различие производительности труда, как по сравнению с прошлыми периодами, так и конкурентами, не позволяет достичь амбициозных целей в ближайшей перспективе.

Возобновляемый человеческий ресурс, неиссякаемый человеческий потенциал, активный человеческий капитал — тонкие, но важные материи, которым уделяется совершенно недостаточно внимания, чтобы сохранить это превосходство. Новые проблемы решаются новым топ-менеджментом старыми административными методами управления трудовыми ресурсами, перенесенными из прошлого века. Новая система управления человеческим потенциалом, основанная на участии в прибылях, доходах, принятии решений, обеспечении гарантированной занятости, гибкой системы оплаты труда, доплаты за квалификацию, продажи работникам акции и пр. если и применяется в реальном секторе экономики, то так редко, что предстает как нетипичная. Такие подходы апробированы в международной практике, широко применяются транснациональными корпорациями и могут быть полезными для выявления инновационной реакции организаций и типов поведения, обеспечивающих межфункциональное сотрудничество работников.

Развитие компании работниками увязывается с более справедливым распределением доходов. В противном случае люди не верят в свой труд и не готовы прилагать дополнительные усилия, что порождает конфликт между корпорацией и индивидом. Суть конфликта состоит в том, что лицо, принимающее решение (ЛПР), моделирует поведение работника как будто бы он рационален, следует интересам компании, что само собой приведет к задуманному результату. Поэтому, если ЛПР ожидает от работников приверженности и готовности повышать эффективность работы, то со своей стороны должно быть готово предложить определенные стимулы-бонусы. В конце концов, претворение в жизнь решений и тяжесть последствий исполнения ложится на плечи работников организации. Конфликт между целями фирмы и интересами работников, в свою очередь, влечет разрыв в сложившейся структуре управления и распространяется на менеджмент.

Менеджмент, с одной стороны, находится в непосредственной оперативной связи с работниками-исполнителями и задает ритм производства продукции, внедрения конкретных технологических

новшеств, снижения издержек, экономии ресурсов и т. п. С другой стороны, распределение полномочий и ответственности в рамках функциональной специализации не освобождает менеджмент от обязанностей согласования и консультаций с ЛПР. Неодинаковая роль менеджмента в подготовке и принятии решений усиливает межфункциональную конкуренцию между ними. Связи по горизонтали, поощрения за эффективную деятельность в рамках исполняемой функции провоцируют возрастание функциональной значимости и реальную неизбежность конфликтов между подразделениями. К этому следует добавить беспристрастное объяснение В. Черенковым мотивации менеджмента, который «составляют живые люди со своими личными интересами, совпадение которых с интересами компании является... скорее случайностью или идеалом, ... чем отражением реальных отношений управления в производстве» [14]. Субъективное влияние мотивации менеджмента, особенности психотипов физических лиц, личные интересы и даже комплексы, определяющие позицию менеджмента включаются в понятие «психологического расстояния» (psychological distance) для определения той роли, которую он играет в осуществлении стратегии корпорации. Примеры того, как психологическая близость или, наоборот, отдаленность менеджмента влияет на деятельность компаний, у всех на слуху. Такие реалии российской экономики, как коррупция, откаты, ненадлежащее исполнение обязательств, низкое качество товаров, непрозрачность денежных потоков, обусловили специфические правила и «новую модель ведения бизнеса», тянущую за собой шлейф судебных разбирательств. Нормы поведения «каждый сам за себя», «ты — мне, я — тебе», «оптимизм — вопрос жалованья», работать «как все, не лучше и не хуже», унаследованные из плановой экономики, задают целевую функцию менеджмента и окружают нас в реальности чаще, чем сочетающиеся в себе коммуникативные навыки, межличностные методы взаимодействия со знанием и восприятием норм корпоративной культуры. Реальные менеджеры отличаются от тех, которые комплиментарно описаны в отечественных и переводных учебниках, они амбициозно-агрессивны, быстро приспосабливаются к условиям конкурентной борьбы в надежде на удовлетворение собственных интересов самореализации. Дисфункциональные последствия разобщения менеджмента и компаний не стимулируют заинтересованности рядовых работников в сотрудничестве при достижении общих целей.

Для выразительности восприятия внутрифирменных конфликтов воспользуемся концептуальной схемой организационной структуры компании, которая взаимовязывает основные функции управления и потоки распределения ресурсов. Рассуждения о вероятных внутрифирменных конфликтах ограничим теми, которые могут заложить фундамент взаимного приспособления для мобилизации творческого потенциала, преодоления консерватизма и сопротивления переменам.

На рис. 1 совокупность конфликтов, которую назовем «континуумом корпоративных конфликтов», как видно, структурирована в виде иерархии с вершиной

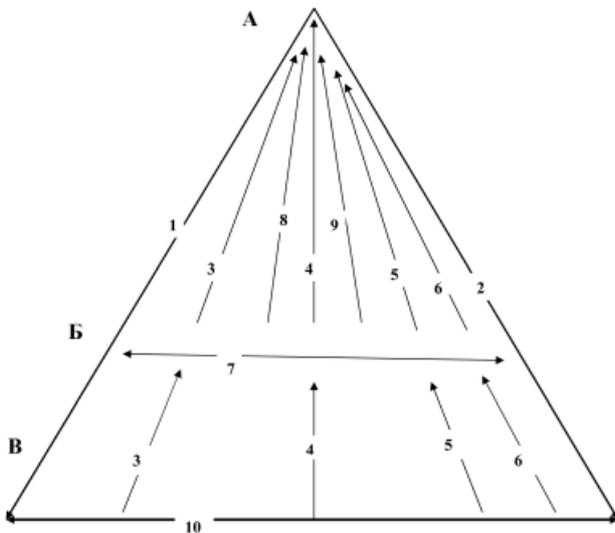


Рис. 1. Пирамида внутрикорпоративных конфликтов
 А) 1, 2 – конфликт целей; 3 – конфликт иерархий; 4 – конфликт за близость к делу, власти; 5 – конфликт неадекватных ожиданий; 6 – конфликт ценностей;
 Б) 7 – конфликт функций компетенций; 8 – конфликт приоритетов; 9 – конфликт сил влияния на ЛПР (диспозиций в иерархии); В) 10 – конфликт человеческого капитала и производственного потенциала;
 Г) 11 – конфликт межличностных и межгрупповых отношений; 12 – конфликт амбиций; 13 – солидарность личных, семейных, родственных и прочих связей; 14 – конфликт поколений

(А) ЛПР – цели; через промежуточный уровень (Б) менеджмент – функции; к нижнему уровню рядовых работников (В), вовлеченных в тот или иной инновационный проект. Здесь же обнаруживаются ограниченные корпорацией причины, обуславливающие возникновение конфликтов как фундаментального, так и системного характера. Природа фундаментальных конфликтов заложена в конституцию рыночных отношений и связана с «провалами рынка», к ним относятся – 1, 2, 5, 6, 8, 10. Непоследовательность и противоречия в осуществлении рыночных преобразований на микроуровне, процедуры принятия решений, реального исполнения, искажения и неисполнения порождают системные конфликты – 3, 7, 11, 14. Эти конфликты непостоянны, так как вызваны распоряжениями сверху, которые отражают меняющуюся экономическую обстановку.

И, наконец, следует выделить приспособленческие тенденции и конфликты, освобождение от которых будет достаточно долгим и сложным, которые формируют излишне сдержанное расходование усилий в поддержку преобразований (4, 9, 12, 13).

Совокупность конфликтов (Г) включает взаимосвязь отношений, которые присущи природе любой отечественной компании. Направленными стрелками указаны противоречивые устремления людей, чьи интересы затрагивает нововведение. Анализируя рис. 1 можно обнаружить, что конфликты в наибольшей степени концентрируются вокруг ЛПР, которое может оказаться субъектом конфликта, посредником в достижении согласия сторон и арбитром по урегулированию

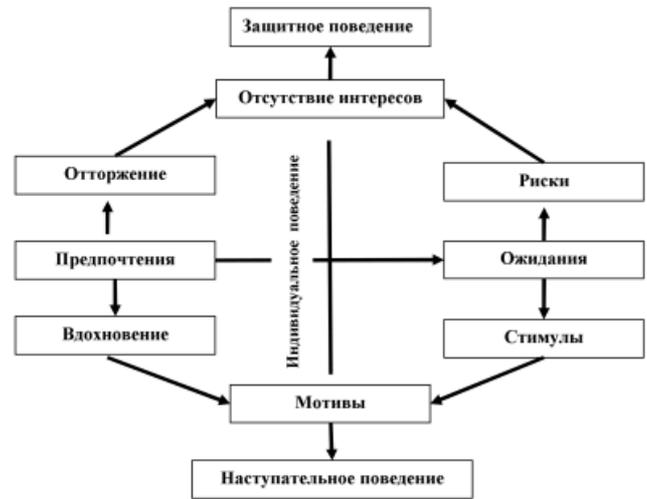


Рис. 2. Модель интерференции мотивации
 Идеи из [14, 16] модифицированы согласно закону противоречия Аристотеля

разногласий. В этой связи трудно переоценить роль и лидерские способности ЛПР, подчинить противоречия конфликтующих сторон и внутрифирменные процессы внедрению стратегических перемен и перераспределению управленческого потенциала между стратегической и текущей производственной деятельностью. Мобилизовать персонал на скорую поддержку изменений в условиях дефицита времени и ресурсов ЛПР чаще предпочитает принудительными методами, чем выдвиганием объединяющих целей или применением морального и материального поощрения. Однако вероятность того, что совокупность разногласий может перейти в плоскость созидательных инициатив крайне мала и теоретически идеализирована. С одной стороны, нежелание ради принципа идти на сколько-нибудь малые уступки (ЛПР-менеджмент), а с другой – преувеличение негативных последствий спонтанных перемен и угроз потерять свои позиции в ранее сложившемся порядке вещей (менеджмент – работники). Вопрос этот вообще оставляется в стороне, как якобы не требующий ни определения, ни разрешения. Консервативно настроенные руководители не утруждают себя урегулированием конфликтов, так как убеждены в том, что в рыночных условиях исключительное право принимать стратегические решения принадлежит им, в том числе, кого и когда увольнять, наказывать или поощрять. Волонтаризм одних и сопротивление других часто недооцениваются и заставляют прибегать к использованию другой эффективной системы управления в стиле «hand made management». И, как известно, к установлению такого правила убеждений все относится безоговорочно и терпимо.

Для того, чтобы четче представить влияние субъективной составляющей, определяемой индивидуальным восприятием, на рис. 2 построена модель интерференции мотивации поведения, отличающаяся от модели рационального выбора [15], дополнением части к наступательному поведению.

Продолжение выше линии «предпочтения – ожидания» отражает равноправное и нередко наблюдаемое

скептическое отношение и пессимистические сценарии поведения. Хотя граница эта виртуальна и внешне почти не различима, но при определенных условиях может проявляться совершенно явно.

Обладатели скептического восприятия не могут быть исключены из диапазона допустимых действий, потому как мотивация достижительного типа охватывает только часть поведенческих факторов. Акцент на активной поддержке и позитивном отношении не оправдан в силу того, что в любом контексте вероятно существование нескольких вариантов и групп, преследующих единичные и противоречивые цели. Другими словами модель рационального выбора объясняет положительное восприятие уже как нечто заданное, либо олицетворяет оценочные суждения относительно того, как должно быть. Вместе с тем это не является общим правилом. Очевидное упрощение здесь нереалистично, причем гипотеза об оптимальном выборе никоим образом не обязательна. Однако, такой подход стал определяющим замыслом как в обсуждаемой Стратегии-2020, так и ранее принимаемых концепциях-стратегиях.

Названные обстоятельства более чем важны, назовем их. История российских заблуждений выработала у граждан собственную систему ценностей, неформальное отношение к формальным правилам, ментально-культурные стереотипы поведения и другие защитные рефлексы. Крутые повороты, осуществляемые сверху не только часто, но и быстро, взаимно уравновешиваются сопротивлением снизу, а накопление ошибок сохраняет состояние противоречивого развития в новых условиях.

Критическая ситуация состоит в том, что внутренние и внешние стимулы, совпадение и расхождение интересов индивидов и менеджмента, менеджмента и компаний, компаний и государства, интерпретируются по-разному и способами, которые невозможно строго определить. Непонимание в рамках этих групп или между ними грозит реальными потерями, а иногда и вообще смещением акцентов от решения практических задач. Выбор компромиссного решения как желательный исход сопряжен с затратами времени, интеллектуальных усилий, способностей убедить принять перемены, а иногда и вообще невозможен. Справедливости ради заметим, что последнее свойственно официальному порядку стратегического строительства, а поиск компромиссов между центром и периферией переносится на этап реализации, либо погружается в неформальную риторику, чем умиротворенно заканчивается. Довольно распространенная особенность — начать преобразования, не завершить и начать новые. Систематическое отклонение результатов дорогостоящих реформ, программ, планов, стратегий, изначально предназначенных для решения социально-экономических проблем, от поставленных, традиционно воспроизводится в больших масштабах («провалы» государства).

Другое обстоятельство, связанное с предыдущим, отражает ментально-культурные традиции социума. Дело в том, что недоверие, неравноправие между обществом и законодательно-исполнительными институтами государства не создают надежного механизма распространения нормы вертикальной эмпатии, за-

ложенной в конституции рынка. Норма эмпатии, отражающая умение поставить себя на место контрагента, понять, предвидеть и предсказать его отношения — действия возможна лишь при взаимном доверии. Если норма эмпатии достаточно широко распространена на горизонтальном уровне личностных, максимально персонифицированных связей («провалы» отечественного рынка) и сохраняется эффективной, то косвенное представление о низком уровне доверия и эмпатии в деперсонифицированной форме можно получить из размеров теневой экономики, коррупции [17].

Поэтому критические суждения как величины другого порядка на рис. 2 симметрично объединены с противостоящими тем, которые изначально проявили себя убежденными сторонниками.

Предлагаемый подход основан на том, что правдоподобных контрпозиций будет несколько, возможно много, и необходимо понять можно ли их расположить к компромиссному участию в конкретном проекте. Такие комбинации поведения, каждая из которых могла бы разрешить проблему сопротивления, с одной стороны расширяют потенциал достижения общих целей, с другой, имеют ограниченную ценность там, где сильны конфликтующие центры.

В результате подобного синтеза позиций и контрпозиций сложная совокупность взаимодействий более того, развертывается в универсальную схему взаимозависимостей, которые в большой степени определяются субъективными убеждениями и доверием относительно сформулированной проблемы/стратегии в целом. Если убеждения позитивны, а доверие широко распространено, то последующая положительная реакция становится объединяющей для генерации новых комбинаций взаимодействия. Противное утверждение также реально. Одновременное усиление мотивации в одних точках пространства модели и ослабление в других в зависимости от разности субъективных восприятий аналогично физическому явлению интерференции. Поэтому правомочность наших рассуждений, определяемая начальными условиями, такими как разность, между предшествующими и настоящими новациями, не носит временного характера. Следовательно, с помощью модели интерференции мотивации (рис. 2) можно более реалистично объяснить низкий спрос на инновации в экономике, имитационный характер инновационного поведения, накопившиеся ожидания политики поддержки.

Избирательное внимание активной поддержке предвзывает дилемму более высокого порядка, которая отвлекает от отличных, внешне не проявляющихся реакций восприятия реальности. Похоже на то, что надежда состоит в том, что индивиды будут действовать единственным рациональным способом. Вместе с тем, с введением экономической теорией универсальной модели человека, «пригодной к применению для любых категорий людей и в любых ситуациях... происходит примитивизация самого человека, возможностей принятия им каких-либо решений и его поведения в целом» [13].

Предлагаемая модель, наряду с раскрытием сложной проблемы мотивации не ограничивается только иллюстрацией отличительных восприятий одних и

тех же фактов разными людьми. Модель может быть с успехом использована в качестве специального инструмента для решения практических задач: организации групп с определенной линией поведения; анализа локальных конфликтов и оценки согласованности при решении конкретных задач; контроля отклонений или предвзятых мнений, которые безразличны к конечному успеху или провалу проекта.

Модель точно соотносится с содержанием инновационных процессов, которые идут в экономике в настоящее время. Это выдвигает главную задачу для менеджмента — согласование индивидуальных мотиваций в социальную детерминанту инновационного поведения: «во-первых, поддерживать предпринимателей, готовых создавать новые решения, во-вторых, снижать уровень сопротивления инновациям, который характерен для традиционных видов деятельности» [18]. Тут вопрос и принципа, и счета.

Принципиальное значение состоит в том, что в процессе инновационной и любой другой деятельности субъекты играют свою роль в силу отличающихся убеждений, опыта разочарований и побед, множества иных эффектов. Взгляды отдельных людей формируют восприятие ими вероятной пользы нововведений и могут усиливать или мешать коллективному выбору новаторской модели поведения. Хотим мы того или нет, но амплитуда колебаний сопряжена с природой человеческого естества, что и порождает определенную инертность идти в ногу с переменами.

Подобное упрощение, которым до этого пренебрегали или исключали из процедуры принятия решений, широко распространено и воспроизводит благодетельную картину неадекватной реальности.

Следовательно, дифференциация социальных, экономических и функциональных ролей оправдана в связи с необходимостью фильтрации поведенческих отношений субъектов, действующих вместе.

Взаимосвязь «новаторов-консерваторов» придает предложенной модели новое свойство синергии, фактически не присущее ее отдельным частям. Будет ли знак синергии положительным, нулевым или отрицательным — задача менеджмента — осуществлять не только грамотный подбор персонала, но и вести успешную коммуникацию с различной последовательностью мотиваций индивидов и целей поведения, т. е. формирование корпоративной культуры как средства достижения целей корпорации. Копирование и развитие корпоративной культуры, следовательно, необходимо корректировать включением практик урегулирования корпоративных конфликтов как элемента принятия решений.

Управленческий инструмент для перехода от оппозиционных реакций к достижению консенсуса, от примирительных процедур до «выкручивания рук» широко представлен в исследованиях [11, 13, 15]. Анализируя опыт перенесения в экономику рыночных отношений, нередко с высокой степенью уверенности, мы молчаливо предполагаем, что раз компания существует, то корпоративная культура у нее должна быть даже если о ней не упоминается. Однако, как удалось установить, толкования корпоративной культуры в кодексах корпоративной этики представляет собой

компоновку задач под процесс выработки и реализации стратегии фирмы. Как должно быть понятно, намерения и потенциальные возможности индивидов менеджментом не принимаются в расчет в силу кажущейся незначительности и психологической отдаленности от совокупного работника. В результате стереотипы поведения менеджмента и упрощенные бизнес-коммуникации синергетический эффект сводят на нет, с чем трудно не согласиться.

Стремление управленческого потенциала скоординировать мотивацию продвижения к намеченной цели возникает по мере накопления узких мест и неудовлетворительных результатов в течение длительного времени. Неудовлетворительное корпоративное управление, декоративная корпоративная культура, корпоративная этика как более тонкий инструмент настройки то, с чем приходится мириться в условиях малоцивилизованной конкуренции.

Дифференциация восприятия инновации социумом

Мера количественного выражения различных проявлений субъективной мотивации, структура восприятия инновации, детерминированная возрастом человека, определена методом экспертных оценок и формальной обработки результатов. Побудительные мотивы, иницирующие активную инновационную деятельность, по нашему мнению, включают внешние стимулы и внутреннее вдохновение, что можно представить в виде (1):

$$IM = f(IS, II), \quad (1)$$

где IM — innovation motive; IS — innovation stimulus; II — innovation inspiration.

Деагрегируем эту интегральную мотивацию (II), воспользовавшись 9-балльной конечной шкалой [от +4 до -4], что позволит улавливать диапазон восприятия и различать как можно больше особенностей поведения индивидов. Переход между последовательными значениями шкалы, равный единице, определяет относительную интенсивность мотивации, которой обладают сравниваемые субъекты. Здесь важна сравнительная распространенность приверженности инновационной деятельности, понимания актуальности и побудительным мотивам или, наоборот, предпочтение защищенности, сохранения традиционного поведения и консервативной ориентации. «О» — обозначено нейтральное или безразличное отношение относительно возникновения новых перспектив. Такое структурирование мотивации между позитивным восприятием через промежуточные уровни позволило обособить два типа иерархии ассиметричного поведения — наступательного и защитного в соответствии с концепцией модели (рис. 2).

В 2012 г. для анализа восприятия инновационной концепции развития и влияния на мотивы поведения социума было проведено исследование «Трансформации мотивации и трудовых отношений в условиях реализации инновационной политики на примере Тюменской области». В исследовании приняли участие 946 человек. Репрезентативность выборки достигалась

пропорциональным распределением численности населения РФ по состоянию на 02.01.2012 г. в возрасте от 23 лет до 71 года, равной 94658 тыс. чел., в виде пропорции 1:100000. Население распределено на семь возрастных групп, определяющих поведенческие характеристики человека, от первой — молодое поколение — 23 года, до седьмой — старшее поколение — 71 год, с интервалом 8 лет и составляет 66,2% от общей численности населения РФ (табл. 4).

Структура выборки по гендерному признаку — 46,6% мужчины и 54,4% женщины; по образовательному потенциалу — 21,3% — среднее; 23,7% — среднее специальное; 46,7% — высшее; 5,6% — два высших; 5,6% — послевузовское.

Уровни восприятия инноваций возрастают с увеличением номера группы от 1 к 7. Для идентификации типических характеристик поведения, которое доминирует в маргинальных группах, субъективным суждениям о количественных отличиях присвоены качественные значения шкалы. Интуитивно-логические восприятия, от которых зависит принятие решения, позволили подобрать им возможные эмоциональные ассоциации: 4 — самоактуализация (юношеский максимализм); 3 — привлекательность; 2 — активность; 1 — пассивность; 0 — безразличие; 1 — сомнение; 2 — недоверие; 3 — разочарование; 4 — отторжение. Таким образом, разница между суждениями, полученными от различных людей и эмоциональным восприятием охватывает утилитарные предпочтения, мотивационную регуляцию потребностей, возможности выбора линии поведения.

Для интеграции восприятия инновационного развития и оценки собственного положения индивидов введена графа 3, где указан возраст респондентов по состоянию на 02.01.1992 г., т. е. на начало социально-экономических преобразований. Современное состояние экономики в России и Тюменской области, в том числе, характеризуется незавершенностью трансформации трудовых отношений. Деформация традиционных норм и противоречивое подражание новым социокультурным ценностям сопровождается распространением неформальных правил регулирования трудовой деятельности. Формирование новой системы трудовой мотивации, ориентированной на эффективный труд и стимулирование успеха IS остается в тени дефицитного финансирования госорганами

и инвестиционными ресурсами компаний. Реальная значимость трудовой мотивации человеческого капитала оплачивается неадекватно, а низкая производительность труда в экономике является ее проявлением. Очевидно подходы, на которых базируется мотивация к инновационной деятельности, не подкрепленная стимулирующей функцией IS, является отражением ментально-культурной рефлексии и отсутствием у работников ощущений собственной ценности для фирмы.

После того как оговорены исходные условия, можно перейти к количественному измерению обобщенного мнения экспертов.

Как видно из табл. 4 в типологии инновационного восприятия наблюдаются две доминантные иерархии: наступательного поведения у лиц в возрасте от 23 до 47 лет (56,9%); защитного поведения у лиц в возрасте от 48 до 71 года (43,1). Соотношение лиц, обладающих наступательным и защитным поведением, в целом по генеральной совокупности равно 1,3/1. Преобладание позитивных оценок над негативными — средняя арифметическая взвешенная равна $2,55 (3,02+2,95+2,57=1,64)/4$, объясняется тем, что наступательное восприятие приравнивается большей частью населения к стратегии прироста материального благосостояния. Причем прожективную мотивацию монетизировать личный человеческий капитал, готовность рисковать, превосходящая будущие выгоды, показанную в 1, 2 и 3 группах можно увязать с необремененностью опытом разочарований и примерами того, как «богатые швыряют деньгами».

В совокупности обладателей защитного поведения выделены две возрастные подгруппы: первую, по нашему мнению, можно рассматривать в качестве резерва инновационных преобразований. Люди в возрасте от 48 до 55 лет (19,1%), способны воспринимать предстоящие изменения, поддаются проявлению заинтересованности при определенной поддержке и незначительном риске; люди, молчаливо отвергающие ориентацию на процесс перемен, показывают сопротивление, которое зависит от степени беспокойства и нарушения сложившегося статус-кво, от 56 до 71 года (24,0%). Бремя рыночных трансформаций и эффект памяти предшествующей траектории распространился на их восприятие, что препятствовало позитивному отношению.

Таблица 4

Оценка восприятия инноваций возрастными группами

№ группы экспертов	Возраст по состоянию (лет)		Оценка восприятия инноваций группами (средняя арифметическая взвешенная)		Средняя арифметическая	Всего населения в группе на 02.01.2012 г.	
	02.01.2012 г.	02.01.1992 г.	4	5		тыс.чел.	%
1	2	3	4	5	6	7	8
1	23	3	3,43	2,57	3,02		
2	23–31	11	2,70	3,21	2,95	21,195	23,2
3	32–39	19	2,46	2,69	2,57	16,873	17,8
4	40–47	27	1,75	1,52	1,64	15,059	15,9
5	48–55	35	-1,16	-0,21	-0,68	17,999	19,1
6	56–63	43	-2,53	-0,85	-1,69	15,022	15,8
7	64–71	51	-3,70	-2,70	-3,20	7,751	8,2
8			Всего			94,657	100

В графе 4 — эксперты мужчины; в графе 5 — эксперты женщины.

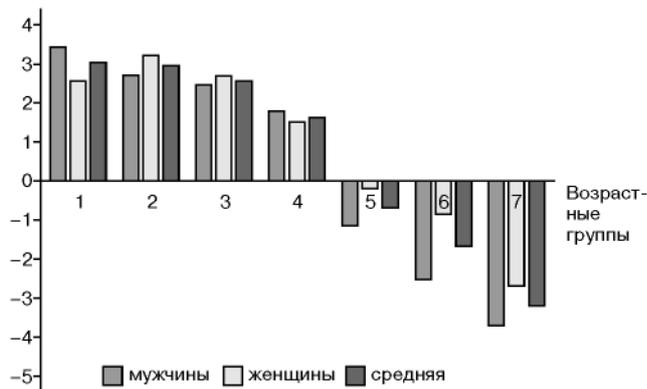


Рис. 3. Диаграмма восприятия инноваций социумом

Еще более определенная картина видна на рис. 4, который, по существу, характеризует распределение локальных приоритетов, приведенных в табл. 3. На вертикальной оси показана шкала отношения восприятия инноваций, а на горизонтальной — возрастные группы населения в годах на момент экспертного опроса. Тенденция к снижению уровня восприятия инноваций с возрастом проявилась отчетливо. Распределение позитивного восприятия имеет две модальные точки — группа мужчин в возрасте 23 лет и группа женщин в возрасте 24–31 год. Объяснить это можно отличием гендерных приоритетов, что еще предстоит исследовать. Аналогичная ситуация наблюдается и у представителей защитного поведения. Если на такое распределение, называемое «разрывом поколений» [19], наложить межпоколенческие связи, то можно как расширить, так и ограничить вероятные комбинации инновационных компетенций в организации, создавая комфортную, творческую атмосферу.

Межпоколенческие связи «дети–родители–родители родителей» вносят вклад в эффективность поведения групп респондентов посредством субъективной мотивации. Другими словами, интегральная мотивация зависит от того, кто на кого оказывает более сильное давление и отчетливо выражает оптимальный выбор в зависимости от разности восприятий. Обоснование кажется простым и естественным, что, по-видимому, и объясняет явление интерференции мотивации (рис. 2) радикально отличающихся восприятий.

И новаторы и консерваторы, по мнению О. Сухарева, выполняют в хозяйстве позитивную функцию. Наличие консерваторов помогает идентифицировать «новацию», правильно организовать работу институтов оценки. «Однако, важно чтобы соотношение числа новаторов было оптимальным, чтобы не возникало неоправданных преимуществ одной из групп, как следствие, чрезмерного увеличения числа ее представителей [13].

Результаты экспертного опроса оказались ожидаемыми, если не принять во внимание влияния и действия людей, вовлеченных в общий сценарий инновационной деятельности. С помощью такого сценария можно синтезировать широкий диапазон совместимых вариантов взаимодействий, приемлемых на практике. Так как разнонаправленное доминирование явно выражено, то организационное совмещение труда выступает главным механизмом воздействия на интегральную инновационную мотивацию (1). Количественное соотношение пропорции, оптимальной для управляющей системы, называется седловой точкой и определяется решением синтеза игровых задач управления конфликтными ситуациями [20].

Численный перевес новаторов и консерваторов в пропорции 1,3:1 (56,9:43,1) в реальности не преобразуется в активную форму деятельности (табл. 5).

Сводный показатель «участие в инновациях» дезагрегирован согласно рекомендациям Федеральной службы государственной статистики на компонентные. Из участия респондентов в инновационной деятельности выделены новая фирма, новый продукт, новая технология, новая услуга и участие в качестве организатора или совместного участия. Всего опрошено 5567 чел., проживающих и работающих в экономике Тюменской области.

Инерция, оторжение в совокупности с факторами, препятствующими инновациям, противодействуют созданию условий для совместного продуцирования интегральной мотивации достижительного типа. И это признано официально. «Ни частный, ни государственный сектор не проявляют достаточной заинтересованности во внедрении инноваций» [20].

Спрос на инновации как со стороны производства, так и со стороны потребления не является тем

Таблица 5

Инновационная активность экономических субъектов Тюменской области

Вид новшества		Новая фирма		Новый продукт		Новая технология		Новая услуга		Участие в инновациях*	
		Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Участвовал как организатор	235	4,2	74	1,3	89	1,6	141	2,5	484	8,7
2	Участвовал наравне с другими	105	1,9	201	3,6	173	3,1	157	2,8	286	5,1
3	Не участвовал	3799	68,2	3796	68,2	3812	68,5	3700	66,5	3649	65,6
4	Затруднились с ответом, отказались отвечать	1428	25,7	1496	26,9	1493	26,8	1569	28,2	1148	20,6
5	Итого	5567	100	5567	100	5567	100	5567	100	5567	100

* «Участие в инновациях» — сводный показатель, рассчитанный с учетом участия респондентов в различных новшествах. При этом к организаторам (стр. 1) отнесены все, кто выступал организатором хотя бы по одному из направлений (новая фирма, новый продукт, новая технология, новая услуга); к участникам (стр. 2) отнесены все, кто участвовал наравне с другими хотя бы по одному из направлений, но при этом не выступал организатором ни по одному из них; к неучаствующим (стр. 3) отнесены все те, кто ни по одному направлению не участвовал.

катализатором, который одновременно и вдохновляет менеджмент и расширяет множество доступных альтернатив домохозяйств [11].

Росстат, факторы препятствующие инновационной деятельности, делит на экономические, внутренние и другие [7]. Наблюдения за период с 2007 по 2012 гг. показывают, что никакой явной тенденции или какого бы то ни было перераспределения препятствий не происходит.

Стабильно наиболее значимыми экономическими факторами, влияющими на отсутствие инновационной деятельности, признаны: «низкий спрос на новые товары, услуги»: 2-е место в 2007 г. назвали 275 организаций; 1-е место в 2011 г. назвали 475 организаций; «недостаток финансовой поддержки государства» — 1-е место в 2007 г. указали 275 организаций, 2-е место в 2011 г. указали 475 организаций; «высокий экономический риск» — 3-е место и в 2007 г., и в 2011 г. отметили 159 и 373 организациями соответственно.

Среди внутренних факторов выделены: «неразвитость кооперационных связей» — 1-е место в 2007 г. отметили 255 организаций, а уже в 2011 г. — 491 организация; «недостаток информации о ранках сбыта» — 2-е место в 2007 г. назвали 249, а в 2011 г. — 86 организаций; «недостаток информации о новых технологиях» — 3-е место в 2007 г. отметили 203, а в 2011 г. — 427 организаций.

Из совокупности других факторов к наиболее значимым отнесена «неопределенность экономической выгоды от использования интеллектуальной собственности» — 1-е место в 2007 г. и в 2011 г. отметили 202 и 416 организаций.

Инерционный характер экономической политики консервирует значимость противодействующих факторов, усугубляя в данном контексте конфликтное поведение субъектов с разным типом инновационной деятельности.

Список использованных источников

1. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 г. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.12.2011 г. № 2227-Р.
2. А. Шохин. Около 40% предприятий в РФ не занимается инновационной деятельностью. Проект РИА новости. <http://digit.ru/development/20110714/382879514.html>.
3. Рекомендации ОЭСР по развитию инновационной системы. http://www.akvobr.ru/rekomendacii_oesr_po_innovaciam.html.
4. Т. Веблен. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
5. Б. А. Виноградов. Российские вузы — выход из тупика незаслуженной второсортности//Иновации, № 12, 2012.
6. А. Н. Олейник. Институциональная экономика: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2007.
7. Иновации в Тюменской области (2007–2011 гг.): стат. сб. В 2-х ч, ч. 1. Тюмень: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области, 2012.

8. Й. И. Шумпетер. История экономического анализа. В 3-х т. СПб.: Экономическая школа, 2001; J. Schumpeter. On Concept of the Social Value//Quarterly of Economics, Vol. 23 IV 2, 1909.
9. Я. И. Кузьминов, К. А. Бендুকидзе, М. М. Юджевич. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты: учебник для студентов вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006.
10. К. Эклунд. Эффективная экономика — шведская модель/Авт. предисл. В. В. Попов, Н. П. Шлалев; науч.ред. А. М. Волков. М.: Экономика, 1991.
11. А. Филиппов. Проблемы мотивации в управлении XXI века// Проблемы теории и практики управления, № 1, 1998.
12. H. Simon. Theories of Bounded Rationality//Decision and Organization. C. V. McGuire, R. Radner (tdc). Amsterdam: North Holland, 1972.
13. О. С. Сухарев. Психологические факторы//Инвестиции в России, № 2, 2013.
14. В. Черенков. Международный маркетинг. СПб.: Общество «Знание», 1998.
15. J. Conlisk. Why Bounded Rationality//Journal of Economic literature, Vol. 34, 1996.
16. F. Bradley. Interna Marketing Strategy. Prentice Hall., New York, London, Toronto, 1991.
17. Теневая экономика-2007: Экономический анализ преступной и правоохранительной деятельности: научный ежегодник/Сост. Ю. В. Латов; Под. общ. ред. Л. М. Тимофеева. М.: РГГУ, 2008.
18. З. Милославская. Российские инновации погибают в зародыше. Ежедневная электронная газета Утро. ru. <http://www.utro.ru/articles/2013/02/07/1099712.shtml>.
19. Б. А. Виноградов. Пути развития кадрового потенциала ОПК//Иновации, № 9, 2008.
20. А. С. Малинин, В. И. Мухин. Исследование систем управления: учебник для вузов. СПб.: ГУ ВШЭ, 2002.

Reflections about perception of the innovation society

G. I. Nemchenko, Dr. Econ. Sci., professor of chair of customs affairs, Tyumen state university.

Yu. A. Tokarev, PhD in Economics, associate professor of customs affairs, Tyumen state university.

Positive spirit at the level of decision-making to involve as much as possible subjects in innovative process doesn't allow doubts and it is traditionally calculated on active support of a new trajectory of growth. This calculation can be satisfactory if to agree that the problem of innovative development is perceived equally by any number of different people. Actually it not so. The comparative analysis of the motivation which has been carried out by method of expert evaluations, reproduces various potentials of conservative innovators which subjects of economic activity possess. Wide range of perception of innovations from active support before rejection is revealed and the model of an interference of motivation is offered.

The solution of the problem of management is reduced to search of the compromise option providing the maximum value of active positions and the minimum influence of counterpositions. The task known, but its decision in practice is carried out in the «hand made management» mode at which it is difficult to hope for quantitative expansion of innovations without inspiration and incentives.

Keywords: innovations, perception of business and society, motivation interference, innovators, conservatives.