

**А. С. Мищенко**

**«ИННОВАТОРЫ» КАК ОСОБАЯ  
СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ГРУППА  
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. ЕЕ СТАТУС,  
ФОРМИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ<sup>1</sup>**

На основании данных опросов и глубинных интервью, проведенных в 2013—2014 гг. в Санкт-Петербурге, подтверждается тезис о специфичности инноваторов как социально-профессиональной группы. Дано обоснование видов ресурсов профессиональной группы. Показано место инноваторов на рынке труда.

*Ключевые слова:* инноваторы, рынок труда, социально-профессиональная группа.

В ходе выполнения сектором «Социологии науки и инноваций» СИ РАН научного проекта «Социальные условия развития научного потенциала и инновационной деятельности в России» выполнялся подраздел, посвященный изучению процессов, связанных с формированием и расширением социально-профессиональной группы «инноваторы».

В 2013—2014 гг. был проведен опрос в двенадцати малых инновационных предприятиях, действующих в бизнес-инкубаторах, технопарках, инновационно-технологических центрах Санкт-Петербурга, а также малых инновационных предприятиях, — которые прошли «посевную» стадию существования и заняли свою рыночную нишу. Было проведено 22 глубинных интервью. Среди респондентов были руководители этих

---

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке РФФИ, грант № 14-06-00414.

предприятий, разработчики инновационных продуктов и менеджеры инновационных проектов.

Теоретический подход к изучению инноваторов как специфической социально-профессиональной группы был разработан на нескольких теоретических основаниях.

Во-первых, использовались представления об инноваторах как особой социальной группе, сложившиеся в рамках социологии инноваций как научной дисциплины. Основой для этого послужили работы таких зарубежных и отечественных исследователей, как В. Зомбарт, Й. Шумпетер, В. Томас, Э. Хаген, Д. Мак-Клеленд, А. И. Пригожин, Н. И. Лапин, Л. Я. Косалс, Ю. А. Карпова. Определены были основные признаки выделения инноваторов как социальной группы: личностные качества, виды мотиваций к инновационной деятельности, принадлежность к определённому типу организаций, функциональные роли в инновационном процессе, инноваторы, как акторы инноваций. В рамках этого подхода нами были выделены границы понятия «инноваторы» как социальной общности, занимающей особое место в социальной структуре общества. Кроме того, было уточнено само операциональное понятие «инноваторы», как акторы инноваций, к которым были отнесены такие категории работников инновационных предприятий как их руководители, авторы инновационных идей, разработчики инновационных продуктов, менеджеры инновационных проектов (Лапин 2008).

Другим источником теоретического подхода к изучению инноваторов явились теоретические разработки, сложившиеся в рамках такой научной дисциплины как социология профессий.

В отечественной социологии в рамках исследования профессиональных групп выделялись три теоретических подхода: *стратификационный*, в рамках которого профессиональная структура рассматривалась как средство для изучения иерархии престижа или социального расслоения общества (Радаев, Шкаратан 1996), *функционалистский*, где профессионалы подвергались анализу с точки зрения соответствия их деятельнос-

ти и социальных установок интересам общества и осуществления определённых социально значимых функций (Шкаратан 2006), *социально-психологический*, где изучались такие характеристики профессиональной группы, как сложность труда, его творческий характер, мотивация и отношение к труду (Здравомыслов, Ядов 2003).

В зарубежной социологии профессий в рамках функционалистского подхода сложился атрибутивный подход или «теория черт» (Dingwall, Lewis). Авторы этого направления использовали набор профессиональных критериев для создания «идеального типа» профессии. Примером набора таких критериев служит набор характеристик профессии, который предложил У. Гуд (Goode 1972):

- 1) схожая самоидентификация;
- 2) общие ценности;
- 3) пожизненное или очень продолжительное пребывание в профессии;
- 4) ролевые ожидания, относящиеся к поведению членов сообщества и обывателей, согласованы и сходны для всех членов профессиональной группы;
- 5) наличие особого языка, недоступного для понимания непосвященными;
- 6) профессиональное сообщество имеет власть над своими членами;
- 7) рамки, в которые заключено сообщество, четко очерчены, хотя являются не физическими или географическими, а социальными;
- 8) профессиональное сообщество, хотя и не порождает следующее поколение биологически, осуществляет это социально.

В рамках *неовеберианского* подхода сформировался «*деятельностно-активистский*» подход, в котором выделяют несколько определяющих аспектов процесса профессионализации (Мансуров, Юрченко 2008).

1. Выделение собственной уникальной области знания и трансформация её в социальный престиж.

2. Формирование идеологии профессиональной группы, ее публичного образа, в котором акцент делается на профессиональную этику, альтруистическое служение обществу.
3. Создание профессиональных организаций, ассоциаций. «Профессионалы», стремящиеся к восходящей мобильности, формируют группу, способную стандартизировать и контролировать распространение экспертного знания; лоббировать интересы группы, добиваться государственной поддержки.
4. Практика социального закрытия. Для высокого статуса профессиональной группы очень важно, чтобы она была немногочисленной.
5. Контроль реализации профессионального проекта. Любой профессиональной группе, которой удастся добиться относительно высокого социального положения, необходимо закрепить определенную нишу в системе социальной стратификации, посредством поддержания определенного образа группы в глазах общественности

Ещё одним подходом к исследованию социально-профессиональных групп является *ресурсный подход* (Тихонова 2006; Сало 2008), который развивается на основе понятия социального статуса профессиональной группы, который базируется на теории социального капитала П. Бурдьё и определяется определённым набором ресурсов, которым обладает социальная группа (Бурдьё 1994).

Различные авторы выделяют следующие ресурсы профессиональной группы:

*Экономический ресурс* подразумевает такие традиционные виды ресурсов, как деньги, бизнес, недвижимость.

*Властный ресурс* определяет способность группы формировать собственную социальную позицию в различных измерениях.

*Квалификационный ресурс*. Образование, навыки, квалификация, карьерный путь.

*Личностный ресурс.* Трудовые мотивации, инициативность, исполнительность и другие личностные качества, необходимые для выполнения работы

*Культурный ресурс* включает особенности социализации и характер культурных запросов, отражающий стилевые характеристики жизни.

*Социальный ресурс* характеризуется включённостью в сети социальных связей разного качества.

*Символический ресурс* связан с престижностью тех или иных характеристик положения и поведения индивидов в данном сообществе.

*Физиологический ресурс* включает в себя демографические характеристики (пол, возраст, семейное положение), а также трудоспособность и состояние здоровья.

Используемый в нашем исследовании подход в большей степени базировался на «ресурсном подходе», дополняемом функционалистским, деятельностно-активистским и социально-психологическим. Сочетание подходов отражается в блоках вопросов глубинного интервью.

Научная проблема исследования состояла в отсутствии данных эмпирических исследований о критериях выделения работников сферы инновационных разработок в качестве профессиональной общности. Не было ясно, каковы факторы формирования этой профессиональной общности, её воспроизводимости, взаимодействия с различными социальными институтами и общностями.

Объектом исследования являлись сотрудники малых инновационных предприятий, разрабатывающие новые инновационные продукты.

Предметом исследования являлось выявление основных черт и особенностей деятельности этих сотрудников в соответствии с их специализацией в инновационном процессе, которые позволяют отнести их к особой социально-профессиональной общности.

Основная проблема исследования была сформулирована как противоречие между объективным положением участни-

ков разработки инновационного продукта и их субъективной оценкой своей принадлежности к такой социальной группе, как инноваторы.

Основная гипотеза исследования — осознание участниками разработки инновационного продукта своей принадлежности к социальной группе — «инноваторы» связано с успешностью деятельности инновационной организации, в которой он работает.

Цель исследования состояла в выявлении критериев и факторов формирования и воспроизводства профессиональной общности работников сферы инновационных разработок в современном российском обществе.

В исследовании ставились следующие задачи:

- 1) Разработать теоретический подход к выделению работников, занимающихся разработкой и коммерциализацией инновационных продуктов («инноваторов») как специфической социальной группы.
- 2) Разработать критерии, по которым можно выделять инноваторов как социальную группу.
- 3) Изучить основные личностные и социальные характеристики различных по функциям участников инновационных процессов.
- 4) Выявить основные механизмы мотивации участников инновационной деятельности.
- 5) Выделить критерии формирования и воспроизводства профессиональной общности работников инновационной сферы.
- 6) Описать основные проблемы, которые препятствуют расширению сообщества «инноваторов» как социальной группы.
- 7) Описать взаимодействие между участниками инновационных разработок, как в отдельном малом предприятии, так и с представителями своей профессиональной общности во внешней среде.
- 8) Изучить сетевые взаимодействия между участниками инновационных разработок с учётом их функциональной специализации.

- 9) Выявить наличие социокультурных особенностей инноваторов как социально-профессиональной общности.
- 10) Определение места инноваторов в социальной структуре современного российского общества.

В качестве объектов эмпирического исследования были выбраны малые инновационные предприятия, действующие в технопарках и инновационных центрах. Сотрудники этих предприятий по объективным условиям своей деятельности могут быть отнесены к представителям инноваторов как социальной группе.

### **Основные блоки исследовательских вопросов:**

1. *Общие характеристики деятельности инновационного предприятия, на котором работали респонденты.*

Включал вопросы об истории создания предприятия, целях и задачах его деятельности, проблемных ситуациях, с которыми оно сталкивается.

2. *Место профессиональной группы на рынке труда.*

Включал вопросы о насыщенности рынка труда специалистами, способными и стремящимися работать в инновационной сфере. О способах рекрутинга специалистов инновационными предприятиями.

3. *Мотивационный блок.*

Включал вопросы о личных целях, которые преследовали сотрудники, включаясь в инновационную деятельность и начиная работать на инновационных предприятиях. Вопросы о ценности и привлекательности работы в этой сфере. Блок дополнялся тестом Замфира о диагностике мотивации профессиональной деятельности.

4. *Ресурсы профессионального статуса  
Экономический ресурс:*

Включал вопросы о структуре доходов, оценку уровня доходов с близкими по статусу социально-профессиональными группами. Содержал вопросы об экономическом положении предприятия. Включал вопросы о качественных характеристиках жизни респондентов и удовлетворённости их своим статусом.

*Властный ресурс:*

Включал вопросы о разделении властных полномочий в структуре предприятия и ответственности респондента за результаты его деятельности. Ставился вопрос о контроле входа в профессиональную группу и выхода из неё. Вопросы о вхождении в профессиональные ассоциации и взаимодействии с ним. Вопросы о взаимодействии с органами государственной власти и возможности отстаивать в этих органах интересы профессиональной группы.

*Квалификационный ресурс:*

Включал вопросы об образовании, квалификации, карьерном пути. Так же ставился вопрос о восприятии своего квалификационного статуса на рынке труда.

*Личностный ресурс:*

Включал вопросы о личностных качествах, необходимых для работы на инновационных предприятиях.

*Культурный ресурс:*

Включал вопросы о восприятии профессиональной группы как основного референта. Вопросы о профессиональных и групповых ценностях и нормах. О наличии в организациях своей корпоративной культуры.

*Социальный ресурс:*

Включал вопросы о включённости в профессиональные сети социальных связей разного уровня.

*Символический ресурс:*

Включались вопросы о престижности занятия инновационной деятельности, об условиях и организации работы.

*Физиологический ресурс:*

Включал такие характеристики, как пол, возраст, семейное положение.

## **ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **Место профессиональной группы на рынке труда**

Инноваторы пока не представлены на рынке труда как особая профессиональная группа. Опрошенные руководители ма-

лых инновационных предприятий отмечали, что ищут новых сотрудников по своим каналам.

«Ищем нужных нам людей через знакомых, с которыми раньше работали, через знакомых знакомых» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

С другой стороны руководители инновационных предприятий говорили о том, что готовых, нужных им специалистов на рынке труда нет.

«На рынке труда полно маркетологов, менеджеров и юристов, но нет разработчиков нужных нам продуктов. Приходится принимать людей, склонных к творчеству в нашей области и обучать их» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Таким образом, инновационным предприятиям во многих случаях приходится «доводить» сотрудников до требуемой квалификации на рабочем месте. Отмечали руководители предприятий и то, что не все принятые на работу сотрудники соответствуют предъявляемым им критериям и проходят испытательный срок.

В то же время, опрошенные руководители отмечали, что «с улицы» к ним тоже не приходят наниматься даже в том случае, если они размещают объявления о вакансиях (в основном, в Интернет-ресурсах).

Сотрудники предприятий на вопросы о том, как они трудоустроивались в инновационные предприятия, чаще всего отвечали, что они не стремились специально работать на инновационном предприятии, а устраивались либо по знакомству, либо в процессе поиска работы по профессии, перебрав ряд предприятий.

Есть ещё одна категория работников инновационных предприятий — работники по договору подряда. Это, в основном, — разработчики инновационных продуктов, работающие в научно-исследовательских и проектных организациях. Их находят руководители инновационных предприятий, когда им нужен специалист для реализации отдельных исследовательских

и конструкторских задач при разработке инновационного продукта.

Ещё одним из показателей, характеризующих положение работников инновационных предприятий на рынке труда, является возможность самостоятельно начать инновационный бизнес или устроиться на работу в другое инновационное предприятие.

Что касается возможности начать свой инновационный бизнес, то большинство опрошенных считали, что на сегодняшний день сделать это достаточно трудно.

«Человеку с идеей трудно начать свой бизнес по её реализации. Если он до этого работал в лаборатории, то у него нет знаний, как начать свой бизнес по её коммерциализации» (из интервью с директором одного из малых инновационных предприятий).

«Если человек с имеющейся у него разработкой попытается привлечь инвестора для доведения её до рыночной стадии, то это, скорее всего, будет иностранный инвестор и он потребует себе львиной доли от возможной прибыли» (из интервью с директором одного из малых инновационных предприятий).

Достаточно скептически относятся сотрудники инновационных предприятий к возможности найти работу на другом подобном предприятии в случае их увольнения или закрытия предприятия, на котором они работают. Практически во всех случаях они объясняют это тем, что такое место работы у них первое, и они не представляют, каким другим инновационным предприятиям может потребоваться их опыт работы и квалификация.

«Вообще-то мне как-то не приходило в голову, чтобы посмотреть, где я ещё могу работать вот так, как здесь. Это первое для меня такое место. Опыт я, конечно, накопил большой. Но вот наш продукт, он один такой. Я не знаю, смогу ли я встроиться в продвижение другого какого либо нового продукта на другом таком предприятии» (из интервью с менеджером по продвижению инновационного продукта инновационного предприятия).

Профессиональный статус работников инновационных предприятий определялся также их оценкой своих возможностей на рынке труда за пределами инновационной сферы. Практически все опрошенные высоко оценивали свои возможности на рынке труда. Часть из них пришла в инновационную сферу, уже обладая высокой квалификацией как разработчики инновационных продуктов или менеджеры достаточно высокого уровня.

«Как менеджер, я специалист достаточно высокого уровня, а с учётом опыта решения разнообразных проблем, с которыми мне приходится сталкиваться в нашем предприятии, у меня есть преимущества по сравнению с менеджером серийного производства. Так что я в любом случае не пропаду. Но я уверен, что наш продукт пробьётся, и мне не придётся возвращаться к монотонной работе» (из интервью с директором одного из инновационных предприятий).

«Я был управляющим в крупной энергетической фирме. Когда я уходил в инновационную сферу мои коллеги удивлялись, чего мне не хватало. Мне там стало просто скучно. Здесь я как будто заново себя открыл. Конечно, я не пропаду, если у нас не пойдёт с нашим продуктом. Но я сделаю всё, чтобы мы добились успеха» (из интервью с менеджером инновационного проекта одного из обследованных предприятий).

Таким образом, скорее всего, рынок специалистов, имеющих опыт работы на инновационных предприятиях, пока не сформировался. Такие специалисты пока «штучный товар». Формированию такого рынка препятствует как отсутствие достаточно большого сегмента инновационных бизнесов, так и сложность открытия таких бизнесов людьми, имеющими какие-либо инновационные разработки.

### **Структура мотиваций работников инновационных предприятий**

Основными мотивами для руководителей инновационных предприятий и разработчиков инновационных продуктов, которые часто представлены в одном лице, является уход от ру-

тинной деятельности в тех организациях, где они добивались профессионального успеха, уход от бюрократических ограничений в крупных организациях, стремление самим определять свои цели и приоритеты.

«Я занимал довольно высокую должность на государственном предприятии. Но в какой-то момент мне стало просто неинтересно работать, рутинно, одним словом. Ничему новому научиться было нельзя. Не было ни профессионального, ни личностного роста. А в этом предприятии я постоянно учусь, осваиваю новое, я сам принимаю очень важные решения и вижу результаты» (из интервью с менеджером инновационного проекта одного из обследованных предприятий).

Сильным мотивом является стремление сделать что-то уникальное и увидеть результаты своих идей воплощёнными в продукты, востребованные обществом (на рынке).

«Я три года руковожу этим предприятием и на сегодняшний день не могу сказать, что я всё знаю в этой сфере. Я постоянно сталкиваюсь с новыми вопросами, новыми проблемами и мне всегда интересно их решать» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Для сотрудников инновационных предприятий, которые выполняют функции по коммерциализации продукта, сильны мотивы уникальности своей работы, постоянного стремления к новому, самостоятельность в работе, участие в принятии решений.

«Мне хотелось заняться чем-то интересным, уникальным... принимать участие в разработке и продвижении нового уникального продукта это дорогого стоит» (из интервью менеджера по продвижению инновационного продукта одного из обследованных предприятий).

«Я человек, нацеленный на успех. Хочется добиться чего-то значимого, важного для страны. Я много читал об инновациях и мне захотелось участвовать в создании и продвижении такого продукта, которого ещё не было, реализовать результаты научной разработки, в перспективности которой я убедился»

(из интервью с менеджером инновационного проекта одного из обследованных предприятий).

Для многих руководителей предприятий и их сотрудников большое значение имеет социальная значимость разрабатываемых ими продуктов.

«Наш продукт ведь не только коммерческий, он имеет большую социальную значимость. Это повышает нашу ответственность и даёт мне удовлетворение в том плане, что мы не просто зарабатываем деньги, а делаем важное для здоровья людей» (из интервью с директором инновационного предприятия в биомедицинской сфере).

Для некоторых из опрошенных социальная значимость разрабатываемого ими инновационного продукта была на первом месте среди целей, которые они себе ставили, начиная заниматься инновационной деятельностью.

«Я знал, что наш продукт поможет многим из больных, которые сейчас лишены шансов на излечение, он нужен всем больницам и клиникам. Это было главным стимулом, что заставил меня взяться за руководство этим проектом. Если нам удастся сделать этот продукт, то я смогу считать, что жизнь прожил не зря. Что касается коммерциализации, то это условие того, что наш продукт будет востребован. Продвижение на рынке стоит очень дорого» (из интервью с директором инновационного предприятия в биомедицинской сфере).

Мотивы материального вознаграждения часто отходят при этом на второй план.

«Для меня сейчас не заработок является самым главным. Я раньше зарабатывал и больше в бизнесе. Хочется сделать нечто такое, о чём бы говорили, что стало бы новым шагом в жизни. Вот поэтому я взялся за продвижение этого продукта. Он уникален и произведёт переворот в сфере медицинской диагностики. Вот почему я этим занимаюсь» (из интервью с менеджером инновационного проекта инновационного предприятия в биомедицинской сфере).

Тест Замфира показал сходные с этой структурой результаты. Наиболее высокими баллы были по показателям: «Удовлетворение от самого процесса и результата труда» и «Возможность наиболее полной самореализации именно в данной деятельности».

В целом можно говорить о высокой мотивированности работников инновационных предприятий и «прогрессивной структуре» мотивов, что, скорее всего, характеризует именно эту социально-профессиональную группу.

### **Ресурсы профессионального статуса**

#### *Экономический ресурс*

Большинство опрошенных имели основным источником доходов работу на своём предприятии, либо получение части прибыли предприятия. Но вопрос о сравнении их уровня доходов с доходами схожих по квалификации других профессиональных групп отвечали, что их доходы в «разы» ниже, чем у профессионалов их уровня квалификации.

Руководители предприятий объясняли это тем, что приходится инвестировать большую часть получаемой прибыли в развитие производства.

«Я сейчас работаю на перспективу, очень большую долю доходов мы вкладываем в разработку и продвижение своего продукта. Каждая заработанная нами копейка идёт в дело» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

По словам руководителей предприятий, которые вкладывают значительную часть доходов в развитие, сотрудники предприятий мирятся с таким положением дел, поскольку другие преимущества работы на инновационных предприятиях компенсируют это.

«Да, сотрудники у нас получают меньше, чем могли бы получать в других местах. Но за два года работы никто не ушёл. У них есть интересная работа и перспектива. Когда мы запустим наш продукт, то всё наладится» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Многие руководители говорили об этом ограничении в заработках, как об «отложенном доходе». При успешном развитии предприятия они готовы увеличить часть прибыли на оплату работы сотрудников и на личное потребление.

Качественные компоненты образа жизни характеризовались такими параметрами, как уровень безопасности, уровень социальной защищённости, жилищными условиями, условиями проведения досуга.

Большинство директоров обследованных предприятий считают, что занятие инновационным бизнесом не несёт угрозы их личной безопасности. Ни один из опрошенных директоров не считал также, что возможна угроза отчуждения его бизнеса. Объяснялось это тем, что они находятся на таком этапе развития, что не представляют интереса для рейдеров.

«Мы слишком маленькая рыбка, чтобы привлекать внимание “акул”, им есть кого кушать. Может быть, когда мы вырастем... в общем я об этом не задумывался, меня беспокоят другие проблемы» (из интервью директора одного из обследованных предприятий).

Что касается безопасности семей и благоприятного социального окружения, то большинство опрошенных пока не могут позволить себе такой выбор таких условий жизни.

«Живу в обычном спальном микрорайоне. Конечно, хотел бы жить за городом, в собственном коттедже, но это мечты... Опасно ли там жить? Так же, как и везде. Жизнь у нас у всех одинаковая» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Уровень социальной защищённости опрошенных и их семей в целом не отличается высоким уровнем. Только часть опрошенных и их семей имеет добровольное медицинское страхование.

«Конечно, наши медицинские услуги оставляют желают лучшего. Если что-то серьёзное, то обращаемся за платной помощью. Добровольная страховка нам пока просто не по карману. Если наши продукты будут хорошо продаваться, тогда

можно будет подумать и о медицинском полисе» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Из других страховых услуг основным является обязательное и дополнительное автострахование. Очень немногие из опрошенных страхуют имущество и недвижимость.

Большинство опрошенных довольствуются довольно скромными жилищными условиями. Чаще всего, — это стандартные квартиры в спальных районах. Некоторые из руководителей предприятий вообще снимают жильё.

«Своего жилья у меня пока нет. Я развёлся, и у меня новая семья. С женой снимаем однокомнатную квартиру. Конечно, когда появятся свободные средства, будем думать о своём жилье... или снимем что-то побольше если будет увеличение семьи» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Только немногие из опрошенных имеют хорошие жилищные условия, а единицы — даже недвижимость за границей. Причём эту недвижимость они приобрели ещё до того, как начали заниматься инновационной деятельностью.

«Да, у меня есть квартира в престижном районе. Есть и недвижимость за рубежом, в Болгарии, там мы проводим летний отпуск. Всё это даёт мне чувство дополнительной защищённости. Но это всё я приобрёл ещё на прежних местах работы. Здесь я пока на такие вещи не заработал» (из интервью с менеджером инновационного проекта одного из обследованных предприятий).

Многие из опрошенных пока мирятся с такими жилищными условиями, предпочитая тратить деньги на самообразование и образование своих детей.

«Я ездил на курсы инновационного менеджмента в Италию, в Милан. За свой счёт, конечно. Почему в Милан? Ну, я очень люблю оперу, поэтому заодно и в Ла-Скала прослушал много интересных спектаклей» (из интервью с менеджером продвижения инновационного продукта одного из обследованных предприятий).

«Много средств уходит на образование детей. Оно сейчас не дешевое. Сначала хорошая гимназия, потом институт хороший. Нет, отделение не платное, но подготовительные курсы, репетиторы... Теперь подумываем о продолжении образования за рубежом. Это будет им хорошим стартом в жизни» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Достаточно часто опрошенные тратят достаточно значительные средства на организацию культурного досуга (посещение театров, концертов и т. д.).

«Свободного времени у меня мало, много отнимает работа. Зато когда оно выпадает, стараемся тратить его на культуру... театры, выставки, концерты» (из интервью с разработчиком инновационных продуктов одного из обследованных предприятий).

Отпуск многие из опрошенных предпочитают проводить в заграничных путешествиях.

«Пусть времени у меня свободного мало. Отпуск полностью взять не удаётся, но несколько раз в год дней по пять мы ездим за границу. Это очень хорошо для отдыха, перемена впечатлений, эмоции хорошие. Мне это просто необходимо» (из интервью с директором и разработчиком инновационного продукта одного из обследованных предприятий).

Таким образом, инноваторы как социальная группа пока не накопили достаточно мощного экономического ресурса. Можно назвать это «отложенным ресурсом», поскольку потенциально каждый из них обладает теми видами капитала (социальный, интеллектуальный, личностный, организационный, культурный), которые могут быть конвертированы в экономические ресурсы. По мере развития этого сегмента экономики работники инновационных предприятий, безусловно, могут оказаться обладателями более масштабных экономических ресурсов, как это уже показала мировая практика.

Достаточно низкий уровень экономического ресурса склывается и на уровне и качестве жизни инноваторов, как соци-

ально-профессиональной группы. Однако стиль потребления при этом носит прогрессивный характер. Руководители и сотрудники инновационных предприятий тратят свои экономические ресурсы не на «престижное потребление», а на увеличение своего личностного и профессионального капитала, а также аналогичного капитала своей семьи и детей. Можно уже говорить об особом стиле жизни этой социально-профессиональной группы, характерными чертами которого является профессиональная и социальная мобильность, приоритеты духовных ценностей перед материальными, «постматериалистическая» система ценностей по Р. Энгельхардту.

#### *Властный ресурс*

Для руководителей инновационных предприятий и разработчиков инновационных продуктов этот ресурс являлся наиболее ценным. Они неоднократно отмечали, что, во многом, занялись такой деятельностью, чтобы самим определять цели и задачи своей работы, не зависеть от вышестоящих структур. В то же время, они, в очень высокой степени, готовы делиться властными полномочиями со своими сотрудниками, поощряют их на самостоятельную работу, привлекают их к работе по принятию решений.

Часто решения на обследованных предприятиях принимаются коллегиально.

«Большая часть решений на нашем предприятии принимается коллегиально. Я не могу знать многие аспекты нашей работы лучше, чем другие специалисты. Когда разрабатывается новый продукт, у нас постоянно проводятся обсуждения всех его аспектов, пожеланий и требований всех заинтересованных в этом продукте лиц» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

С другой стороны, существует чётко разделённая ответственность за результаты труда каждого из работников.

Такое разделение властных полномочий вполне устраивает сотрудников инновационных предприятий, повышает их мотивацию и заинтересованность в работе. Они неоднократно

подчёркивали это как преимущество работы на данном предприятии, по сравнению с прежними местами работы.

«Я принимаю самостоятельные решения более, чем в половине случаев своей деятельности. Это очень важно для меня. Потому что свои решения я основываю на всём опыте моей работы, даже на интуиции. Ну и ответственность, конечно, тоже моя и не малая. Но у нас на предприятие есть «право на ошибку». Руководитель считает, что лучше сотрудник проявит инициативу и ошибётся, чем будет пассивно ждать указаний» (из интервью менеджера по продвижению инновационного продукта одного из обследованных предприятий).

Вхождение в профессиональную группу работников инновационных предприятий определялось только уровнем образования, квалификацией и профессиональными способностями. Никаких искусственных ограничений не отмечалось. Кроме того, руководители предприятий отмечали, что для них барьеры в организации бизнеса не были высокими, во-многом благодаря тому, что большинство из обследованных предприятий проходили «посевную стадию» в составе бизнес-инкубаторов, которые оказали им вполне реальную помощь в первоначальной организации бизнеса.

Практически никто из опрошенных не входил в профессиональные ассоциации, связанные с инновационным бизнесом как в качестве юридических, так и физических лиц. В то же время, некоторые респонденты входили в профессиональные сообщества, косвенно связанные с инновационной деятельностью: такие, как «Инженерный союз», «Нанотехнологическое общество России» и другие. Возможно, в Санкт-Петербурге пока не оформились такие организации, или их деятельность пока не заметна сотрудникам инновационных предприятий. С другой стороны, участники исследования не совсем представляют себе, какую пользу для их предприятия или них лично может представлять профессиональная ассоциация, которая включала бы в себя руководителей и работников малых инновационных предприятий.

«Ассоциация инновационного бизнеса? А чем она будет заниматься? Взносы собирать на своё содержание? Инвестиции нам будет искать? Так инвесторов всяких полно, только условия их для нас неподъёмны. Не знаю, зачем она нам может быть нужна» (из интервью с одним из руководителей обследованных предприятий).

«Вряд ли возможна такая ассоциация. Слишком разные у нас предприятия, слишком разные продукты, разные сферы деятельности. Очень по-разному мы работаем. Разве что для выхода на госорганы с какими-то предложениями. Но этого мало, чтобы объединяться. В общем, не знаю» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Взаимодействие с органами государственной власти в основном выражалось в использовании руководителями обследованных предприятий организаций инновационной инфраструктуры, созданных при участии Правительства Санкт-Петербурга. Руководители высоко оценивали работу бизнес-инкубаторов «Кристалл» и «Ингрия», в составе которых их предприятия проходили «посевную» стадию развития.

В то же время, иногда звучали высказывания о том, что внимание государственных органов может быть вредным для малого инновационного предприятия.

«Органы государственной власти не обращают на нас внимания, и это для нас очень хорошо. Лишь бы нас не трогали, а остальное мы сделаем сами» (из интервью с одним из руководителям малого инновационного предприятия).

В то же время, респонденты высказывались о том, что они никак не могут повлиять на государственные органы для улучшения условий их деятельности.

«Как мы можем повлиять на органы государственной власти? Да никак. Разве что тогда, когда мы сделаем продукт, который получит признание. Тогда нас могут включить в какую-либо госпрограмму. А так нет» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

«Мы не в той весовой категории, чтобы что-то требовать, лоббировать. Нет у нас и средств для этого. Ведь это всё дела-

ется за большие деньги» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

В целом, можно отметить, что работники инновационных предприятий обладают значительно большим властным ресурсом внутри своих предприятий, чем другие профессиональные группы. В то же время властный ресурс инноваторов как профессиональной группы пока низок. У представителей группы не произошло осознание потребности в защите своих интересов и потребностей, в организации профессиональных союзов, презентующих эти интересы.

Профессиональная группа пока является «открытой», и порог вступления в неё или отсутствует, или является невысоким. В то же время, группа является «классом в себе», в том смысле, что пока не научилась представлять себя во внешней среде и отстаивать свои интересы, как среди других профессиональных групп, так и перед лицом государства.

#### *Квалификационный ресурс*

Группа обладает очень большим квалификационным ресурсом. Руководители инновационных предприятий часто имеют несколько профессиональных образований, включая и учёные степени.

Многие руководители инновационных предприятий имели уже опыт организации бизнеса в других сферах. Чаще всего это руководители предприятий, которые не являются непосредственными разработчиками инновационных продуктов. Они заинтересовались перспективными инновационными разработками и решили помочь их авторам вывести продукт на рынок. Во многих случаях они имеют образование или опыт работы в области соответствующей инновационной разработки.

Большая часть руководителей предприятий имеют и образование в области менеджмента, в том числе, полученное в рамках «Президентской программы подготовки управленческих кадров». Руководители, получившие образование в рамках этой программы, высоко оценивают полученные ими знания.

В то же время, большинство директоров инновационных предприятий и работающих в них менеджеров инновационных продуктов (проектов) не имеют образования в области непосредственно инновационного менеджмента. Они получают такую квалификацию на практике, осваивая опыт коммерциализации инновационных продуктов в ходе своей работы, а также за счёт самообразования, чтения соответствующей литературы и общения с коллегами с других инновационных предприятий.

Образование в области инновационного менеджмента часто имеют те из директоров предприятий, которые одновременно являются и разработчиками инновационных продуктов.

И руководители, и сотрудники предприятий постоянно участвуют в инновационных форумах, конференциях и семинарах, которые рассматриваются ими как одна из форм повышения своей квалификации.

Работа многих инновационных предприятий организована так, что поощряется взаимозаменяемость сотрудников и освоение ими дополнительных специальностей. Практикуются коллективные формы работы и решения возникающих проблем.

«У нас постоянно идут дискуссии, споры, обсуждения. Мы все влияем на результат работы. Это очень отличает нашу работу от того, как я работал на других местах. Здесь намного интереснее и живее» (из интервью с менеджером инновационного проекта одного из обследованных предприятий).

В то же время, на некоторых инновационных предприятиях происходит профессиональное разделение труда.

«Разработчики-инноваторы не должны заниматься продвижением своих продуктов. Они должны работать в лаборатории, а продвижением их разработок занимаются у нас соответствующие специалисты – менеджеры по продвижению продуктов» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Квалификационный ресурс инноваторов как социально-профессиональной группы намного выше, чем у других профессиональных групп. Пожалуй, трудно в современной России назвать другую профессиональную группу с таким квалификационным ресурсом. Кроме того, этот ресурс постоянно возрастает с накоплением как профессионального, так и социального опыта. Можно предположить, что этот ресурс будет одним из факторов, который приведёт к развитию инновационной сферы и увеличению этого сектора экономики.

#### *Личностный ресурс*

К сотрудникам инновационных предприятий предъявляются и высокие личностные требования. Прежде всего, это — инициативность, стремление к новому.

«Главное требование к нашим сотрудникам — это желание и способность учиться, осваивать и создавать новое. Кто это может, тот у нас остаётся и двигается дальше. Мы все учимся, от директора и до простого программиста» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Всячески поощряется творческий подход к работе. Ценится независимость мышления и критичность.

«Очень ценится у нас способность находить нестандартные решения, можно сказать, что у нас на предприятии просто нет стандартных решений. Наш сотрудник должен обладать фантазией, быть в чём-то авантюристом. Мало быть просто хорошим исполнителем» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Личностный ресурс для работников инновационной сферы является одним из условий эффективной работы. Он изначально учитывается руководителями инновационных предприятий при формировании своих коллективов, а затем целенаправленно поощряется его рост. Это также является одним из преимуществ инноваторов как социально-профессиональной группы в конкуренции с другими профессиональными сообществами.

### *Культурный ресурс*

Для многих руководителей и сотрудников обследованных предприятий основной референтной группой являются люди, работающие в инновационной сфере. Часто это работники своего же предприятия.

«Для меня главными авторитетами в инновационной сфере являются разработчики инновационных продуктов моего предприятия. От них зависит успешность нашего предприятия. Я и пришёл на это предприятие после знакомства с этими людьми и увидел, как они работают, как увлечены своими идеями» (из интервью с директором одного из успешных инновационных предприятий).

Опрошенными также назывались авторитетные для них лица, осуществившие разработку и продвижение на рынок успешных инновационных продуктов. Причём, часто назывались зарубежные компании и их лидеры, в частности, Билл Гейтс, Стив Джобс, Марк Цукерберг и др.

На многих обследованных предприятиях сформировалась своя корпоративная культура, имеются свои традиции, ценности и нормы.

«Главной ценностью, которая нас всех объединяет, и разработчиков, и менеджеров и даже бухгалтерских работников — это вера в наш продукт» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

«Я думаю, что общей ценностью для нашего предприятия является внедрение нового продукта в жизнь. Ведь изобретателей много, много у них патентов, а до реализации доходят из них единицы. А мы работаем целенаправленно на внедрение. Если взялись за какой-то продукт, то должны довести его до внедрения. На это все и работаем» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Относительно культурного ресурса инноваторов как социально-профессиональной группы можно сказать, что он находится в стадии формирования. Пока не появилось достаточно

представительной референтной группы из разработчиков инновационных продуктов, которые были бы широко известны как в своей профессиональной среде, так и в стране в целом.

Пока можно говорить только о начале формирования своей особой корпоративной культуры у инновационных предприятий, общих для этого профессионального сообщества ценностей, норм, традиций.

Это, в определённой мере, ослабляет конкурентные преимущества группы по сравнению с традиционными социально-профессиональными группами, например, юристами, медицинскими работниками.

### *Социальный ресурс*

Многие из опрошенных включены в профессиональные социальные взаимодействия. Так, многие из руководителей предприятий состоят в общении с несколькими руководителями других инновационных предприятий, не обязательно одного профиля деятельности. Они постоянно обмениваются опытом своей деятельности, оказывают друг другу поддержку в тех или иных вопросах. Эти сети образовались как в ходе профессиональной карьеры, так и в результате участия в конференциях, форумах, семинарах. Интересным является факт, что у части опрошенных завязались и личностные дружеские отношения в своей профессиональной среде, причём не только с сотрудниками своих предприятий.

«Я постоянно поддерживаю связь с несколькими малыми предприятиями моего профиля деятельности. Мы встречаемся на семинарах, конференциях, которые устраивает наш бизнес-инкубатор. С двумя-тремя директорами этих предприятий я поддерживаю более тесную связь, могу обратиться к ним за советом по тем или иным вопросам в нашей сфере» (из интервью с директором малого инновационного предприятия в биомедицинской сфере).

«С другими директорами таких предприятий я поддерживаю связь. Их четыре-пять. С некоторыми познакомился на конференциях, форумах. Есть те, с кем был знаком по преды-

душим бизнесам... они тоже начали свои инновационные проекты. Есть те, кто тоже занимается разработкой приборов, а есть и в других областях. Делимся опытом, помогаем друг другу советами» (из интервью директора одного из обследованных малых инновационных предприятий).

«Есть у меня и друзья среди таких же, как я «инноваторов». Их двое. Встречаемся не только по работе. Обсуждаем и проблемы нашего бизнеса и вообще говорим «за жизнь» (Из интервью директора малого инновационного предприятия, являющегося и разработчиком инновационного продукта).

Можно говорить о довольно интенсивном формировании социально-профессиональных и личностных сетей работников инновационной сферы. Это очень важный ресурс для становления профессиональной группы, который помогает наращивать общий капитал группы. Причём важнейшим фактором формирования этого ресурса являются семинары, конференции, форумы, посвящённые инновационным разработкам в различных областях. Система таких встреч инноваторов была инициирована и организуется государственными органами и является, пожалуй, одной из успешных форм поддержки государством инновационной деятельности в стране.

#### *Символический ресурс*

Многие из опрошенных не задумывались о престижности своей работы. В то же время у тех, кто, так или иначе, имел мнение о престижности своей деятельности, возникло своё собственное видение престижности инновационной деятельности.

«Когда заинтересовавшиеся нашим продуктом узнают, что он из себя представляет, то степень их уважения к нашему предприятию и его работникам начинает “зашкаливать”. Это, в моём понимании и является “престижем” в нашей деятельности» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

Значительная часть опрошенных ощущает, что работа в инновационных предприятиях пока не обладает высоким социальным статусом в глазах общества.

«Нет, то чем я занимаюсь, у нас в обществе не является престижным. Когда я ушёл из успешного бизнеса, то многие знакомые недоумевали, как можно отказаться от больших денег ради каких-то туманных перспектив в разработке нового уникального продукта. В обществе у нас другие приоритеты — деньги, власть, показное богатство... Не многие меня понимают» (из интервью с директором одного из обследованных предприятий).

В то же время, большинство респондентов весьма удовлетворены своим профессиональным статусом и условиями труда.

Удовлетворённость своей профессиональной деятельностью оценивалась по шкале: удовлетворён; скорее удовлетворён; в чём-то удовлетворён, в чём то нет; скорее не удовлетворён; не удовлетворён; затрудняюсь ответить. Оценки всех опрошенных ограничились первыми двумя пунктами шкалы. Некоторая профессиональная неудовлетворённость была связана чаще всего с тем, что пока не удалось добиться выхода их продуктов и разработок на рынок, или слишком узкий рынок уже вышедших в тираж продуктов.

«Я был бы полностью удовлетворён своей профессиональной деятельностью, когда наша разработка была бы в каждой больнице страны» (из интервью с директором инновационного предприятия в биомедицинской сфере).

Руководители предприятий неоднократно отмечали, что они считают создание комфортных условий труда для своих сотрудников одним из главных условий эффективности работы предприятия. Причём, комфорт понимался как «физический», так и психологический.

«У нас нет жёсткого графика рабочего дня, но это-то и нравится и мне и моим сотрудникам. Если надо, мы задерживаемся допоздна. Когда работа интересная, то ты занимаешься всё своё время и на работе и дома. Такие условия мне очень нравятся» (из интервью с разработчиком инновационного продукта одного из малых инновационных предприятий).

«Как только мы заработали более-менее большие деньги, мы сразу наняли себе хороший офис, оргтехнику купили самую лучшую. Я считаю, что на этом нельзя экономить. Творческие сотрудники должны работать в хороших условиях, чтобы им ничего не мешало и ничто не отвлекало» (из интервью с директором предприятия и одновременно разработчиком инновационного продукта).

Символический ресурс во многом отражает положение социальной профессиональной группы в социальной структуре общества. То, что инновационная деятельность пока не является престижным занятием, определяется сложившейся социальной структурой нашего общества, в которой доступ к экономическому ресурсу чаще всего определяется близостью к государственной власти. В то же время представители инноваторов как профессиональной группы вырабатывают собственные внутригрупповые критерии престижа своей деятельности. В том числе, это приводит к высокой удовлетворённости своей работой среди работников инновационных предприятий. На это влияет и целенаправленная деятельность руководства таких предприятий по улучшению как физических, так и психологических условий труда своих сотрудников.

#### *Физиологический ресурс*

Среди директоров обследованных предприятий не было ни одной женщины. Поскольку выборка предприятий была случайной, это говорит о том, что пока создание инновационных предприятий скорее «мужское» дело. Мужчины преобладают и среди сотрудников предприятий. Большинство опрошенных были в возрастной группе от 30 до 40 лет. Хотя среди руководителей и сотрудников предприятий достаточно весомо представлены и люди старшего возраста, в том числе и пенсионного. Большинство опрошенных имели семью и детей. Таким образом, инноваторы обладают достаточно большим физиологическим и демографическим ресурсом для воспроизводства своей социально-профессиональной группы.

### **Основные выводы**

1. Основная гипотеза в целом не подтвердилась. В ходе опроса выяснилось, что многие из работников успешных малых инновационных предприятий не идентифицировали себя с социально-профессиональной группой «инноваторы». Значительная часть опрошенных идентифицировали свою социальную принадлежность по полученному профессиональному образованию, а некоторые состоят в профессиональных ассоциациях по сфере деятельности, к которой относятся разрабатываемые ими инновационные продукты.

2. В целом, из полученных данных можно говорить о работниках инновационных предприятий как о только формирующейся социально профессиональной группе. Она обладает весьма характерными социально-профессиональными и личностными характеристиками, характеризуется высокой мотивированностью работников к работе именно в этой сфере и тем, что основными мотивами являются достижение высоких общественно-значимых результатов труда и мотивы наиболее полной самореализации.

3. Формированию инноваторов как профессиональной группы, во-многом не способствует узость рынка труда в этой сфере. Формированию такого рынка препятствует сложность открытия инновационных бизнесов в современной России, которая так и не преодолена на институциональном уровне. Сказывается на воспроизводстве и расширении группы и недостаток в стране эффективных форм образования, готовящих кадры для этой сферы. Группа пока воспроизводится на собственной основе.

4. Обладая высоким личностным и профессиональным ресурсом, инноваторы как социально-профессиональная группа пока не накопили достаточно мощного экономического ресурса. Этот ресурс является «отложенным» и сможет быть реализован в случае перехода страны на инновационный путь развития.

5. Инноваторы пока не оформились в реальное профессиональное сообщество, представляющее и отстаивающее свои

интересы, как среди других профессиональных групп, так и перед лицом государства. Не произошло осознание необходимости создания своих профессиональных ассоциаций.

6. Работники инновационных предприятий как социально-профессиональная группа обладают большим потенциалом роста и развития. Они являются в социальной структуре современной России одними из ярких представителей среднего класса и представителями нового экономического уклада.

7. Рост и развитие данной социальной группы, во-многом, будет зависеть от дальнейшего пути развития современной России. Если общество и государство поддержит курс на построение в России «экономики знаний», то эта профессиональная группа, безусловно, будет увеличиваться и количественно и качественно.

8. Во-многом формированию инноваторов как новой социально-профессиональной группы способствовала государственная политика по развитию инновационной деятельности. Созданная в Петербурге инновационная инфраструктура способствовала появлению достаточно большого числа успешных инновационных предприятий, которые без такой поддержки вряд ли бы возникли и выжили. Способствует расширению инноваторов как профессиональной группы и сложившаяся в стране система семинаров, конференций, форумов, посвящённых инновационным разработкам. Этот опыт требует расширения и развития. В противном случае, импульс, который был задан развитию инновационной деятельности в стране, может затухнуть, а инноваторы вместе со своими разработками пополнят ряды «утекших из страны мозгов».

9. Социально-профессиональная группа работников инновационных предприятий вполне способна стать одной из активных социальных сил в России, которая заинтересована в развитии современной рыночной экономики и способна задавать новые жизненные стандарты.

### Источники

- Бурдые П. Начала. М.: Socio-Logos, 1994.
- Здравомыслов А. Г., Ядов В. А. Человек и его работа в СССР и после. М.: Аспект-Пресс, 2003.
- Лапин Н. И. Теория и практика инноватики. М., 2008.
- Мансуров В. А., Юргенко О. В. Социология профессий: становление дисциплины и перспективы ее развития // Профессиональные группы: динамика и трансформация. М., 2008. С. 16—36.
- Радаев В. В., Шкаратан О. И. Социальная стратификация. М.: Аспект-Пресс, 1996.
- Сало Е. П. Социально-профессиональный статус профессиональной группы. Ресурсный подход // Профессиональные группы: динамика и трансформация. М., 2008.
- Тихонова Н. Е. Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях // Социологические исследования. 2006. № 9. С. 28—40.
- Шкаратан О. И. Социально-экономическое положение и поведение профессионалов и менеджеров в сфере занятости. Препринт WP1/2006/03. Серия WP1 (Институциональные проблемы российской экономики). М.: ГУ ВШЭ, 2006.
- Dingwall R., Lewis P. Introduction // Dingwall R., Lewis P. (eds) The Sociology of the Professions: Lawyers, Doctors and Others. London: Macmillan, 1983.
- Goode W. Community Within a Community: the Professions // Sociological Perspectives on Occupations. Illinois: F. E. Peacock Publishers, 1972. P. 194—200.