

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ИЗМЕНЕНИЯ ТРУДОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

С точки зрения социологического знания, изучение влияния инноваций на эволюцию трудового поведения опирается на теоретико-концептуальные подходы к пониманию социального действия. В интеракционистской социологической парадигме распространение инновации и ее влияние на трудовое поведение может быть объяснено в рамках анализа социальной системы.

Инновации отражают результатialectического противоречия, которое воспринимается социальными субъектами, между их интересами и стремлениями, с одной стороны, и невозможностью их реализации в заданном социальном контексте, с другой. В самом широком смысле, инновация означает распространение социальной практики, которая позволяет внести изменения в общественную систему таким образом, чтобы субъекты общественной, экономической, политической, культурной жизни могли более успешно и полно воплощать свои цели и удовлетворять свои потребности. В этой связи обнаруживается переход с индивидуального уровня решения проблемы на общий, групповой или социальный уровень стремлений и интересов, воплощения новых социальных отношений.

В трудовой сфере эти проявления инновационных процессов обнаруживаются достаточно ярко. Так, многими исследователями отмечается, что в течение последней четверти XX века управление человеческими ресурсами в определенной мере начало переходить к управлению

талантами, делая акцент на творческих способностях человека и на его компетенциях работать в креативной команде. При этом авторы работы «Война за таланты» сосредотачивают внимание не на индивидуальной гениальности, а на умении в условиях корпоративных бизнес-процессов и в сложенной команде с отлаженной моделью делегирования и распределения функциональных полномочий создавать новый продукт по «конвейерной» схеме, регулярно и в соответствии с ожиданиями рынка, максимально точно отвечая чаяниям покупателей.

С этой точки зрения, инновационные процессы оказывают существенное влияние как на содержание, так и на организацию труда, формируя новые поведенческие модели. В этом смысле, интересно рассмотреть параметры инноваций в качестве социальной реальности:

1) социальные инновации являются решением социальной проблемы на локальном уровне, когда некоторая ситуация воспринимается как неприемлемая или неудовлетворительная и в первый момент ее решение оказывается девиацией, нарушением правил. С течением времени инновация обретает свой социальный код, превращаясь в нормативное поведение;

2) инновации основаны на целях и ценностях, способных мобилизовать и мотивировать субъектов на активные действия, для того чтобы новое решение смогло стать инновацией, необходим более или менее длительный процесс пере-

говоров, приводящий к набору компромиссных решений;

3) инновации формируются в результате мобилизации множества субъектов и являются, по своей сути, групповым социальным явлением, диффузия нового явления, процесса или модели опирается на совершающий индивидами выбор по целесообразности участия в распространении инновации;

4) инновация должна находить свою нишу на рынке, т.е. покупателя, способного возмещать затраченные на решение проблемы ресурсы, оплачивая новую модель (процесс, товар, услугу и т.п.) собственными ресурсами;

5) инновации институционализируются и обретают форму объективной реальности, по крайней мере, в среднесрочной или долгосрочной перспективе. Диалектически инновация становится, с одной стороны, «творческим разрушением», а с другой, созидающим процессом закрепления новых форм взаимодействий в социальных институтах, фиксации в культурных, экономических, политических конструктах.

Возникновение новых условий на рынке труда приводит к появлению новых правил «торговли» рабочим временем и трудовыми усилиями, новых механизмов и институтов, обеспечивающих осуществление и постепенную оптимизацию процессов продажи и покупки наемного труда. Более того, если рассматривать эволюцию трудового поведения на постсоветском пространстве, то можно обнаружить действие целого ряда дополнительных факторов. Так, на динамику трудового поведения оказывают влияние трансформации, произошедшие после распада СССР и отказа от идеологических оснований в регулировании трудового поведения, а также от

системы трудового воспитания, которое начиналось с детского сада и школы.

Кроме того, в начале 3-го тысячелетия получила популярность поколенческая теория, согласно которой после 2000 г. на рынок труда постепенно начинает выходить совершенно новый тип работника. Это молодые люди, выросшие в условиях активного телекоммуникационного взаимодействия, привычные к почти безграничному действию в виртуальной среде. Это поколение получило название «миллениумов» и оно отличается, помимо усвоенных компетенций использования информационных технологий, также еще одним важным для инновационной экономики качеством – они стремятся получать от своей работы, от трудовой деятельности максимальное удовольствие. Представляется весьма интересным, что именно это качество способно обеспечить тот параметр успешных инноваций, который связан с нахождением «ниши» или своего покупателя, т.е. заинтересованного лица, которое в достаточной степени мотивировано к получению инновационного продукта, услуги или участия в инновационной процедуре, что готово компенсировать эту инновацию, «оплачивая» ее своими ресурсами. Когда создатели или распространители инновационной модели (работники) сами получают от своей деятельности удовольствие, тем самым превращая трудовое поведение одновременно в самокомпенсирующуюся деятельность, это позволяет с большей легкостью и быстротой находить покупателя на инновационный продукт, услугу или процесс.

В результате, можно обнаружить, что в современной экономике знаний и инновационной модели развития анализ таких социокультурных аспектов трудового поведения как формирование но-

вого содержания ценностно–нормативного регулирования является одним из ключевых факторов успеха. Причем речь идет именно о финансовых показателях успеха, что связано с человеческим измерением инноваций и с современным маркетингом продуктов и услуг.

В ходе трудового поведения не только происходит процесс создания ценности в рамках реализации организационных задач, поставленных бизнесом, но раскрываются способности личности, работник приобретает знания, навыки, компетенции, увеличивая собственную стоимость на рынке труда и инвестируя, таким образом, в собственный человеческий капитал. Творческий характер труда находит свое выражение в появлении новых идей, прогрессивных технологий, более совершенных и высокопроизводительных орудий труда, новых видов продукции, материалов, энергии, которые, в свою очередь, ведут к развитию потребностей. С этой точки зрения, креативный труд представляет собой новую форму хозяйственной деятельности человека в современном обществе.

В связи с этим, социологический анализ трудового поведения неизбежно ставит противоречивый вопрос: является ли предпринимательское поведение, от-

ражающее созидательный творческий процесс создания ценностей, предметом социологии труда и трудовым поведением. Предпринимательство состоит в том, чтобы использовать труд как один из ряда ресурсов для производства ценностей, таким образом, деятельность предпринимателя расслаивается на два элемента: с одной стороны, она, безусловно, включает в себя целенаправленную трудовую активность по преобразованию ресурсов и созданию ценности, пригодной для продажи на рынке; с другой, она состоит в активности по комбинированию ресурсов, в том числе, человеческих ресурсов, т.е. трудового поведения в бизнес–процессе.

Формирование новых ценностных ориентаций и социальных установок трудового поведения, возникновение новых ролей в рамках экономической деятельности, изменение статуса работника, дополнение собственно трудового поведения элементами предпринимательского поведения, появление новых статусов и оснований стратификации, виртуализация трудовой и, в целом, социальной активности лежат в основе эволюции трудового поведения в современных условиях инновационного развития.

*Дата представления статьи: 09.01.2014г.*

## ЛИТЕРАТУРА

1. См.: Assogba Y. Théorie systémique de l'action sociale et innovation sociale Cahiers de l'ARUC-ISDC, Université du Québec en Outaouais, Série recherches. – Mars 2010. – no 31. – 14 p.
2. Handfield-Jones H., Axelrod B. The War for Talent, by Ed Michaels, Harvard Business Press, 2001.
3. Майлз Э., Хэндфилд–Джонс Х., Экселрод Б. Война за таланты / пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 272 с
4. Bourque D., Proulx J., Fréchette L. Innovations sociales en Outaouais // Rapport de recherche, Alliance de recherche université–communauté/Innovation sociale et développement des communautés (ARUC-ISDC), Université du Québec en Outaouais (UQO), Série : Recherches, no 5, novembre 2007.

5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. – с. 461.
6. Саакян А.К. Экономическая социология. Учебное пособие. – Ереван: Изд. «Эдит Принт», 2010г. – С. 30–56.
7. Покровская Н.Н. Справедливость в социокультурной регуляции экономического поведения // Наука и образование в XXI веке: сборник научных трудов по материалам Международной научно–практической конференции 30 сентября 2013 г. – Ч. 16.: М–во обр. и науки РФ. – Тамбов: Изд–во ТРОО «Бизнес–Наука–Общество», 2013. – 165 с. – с. 119–121.
8. McGregor D. The Human Side of Enterprise. – New York: McGraw Hill, 1960.

**ՆՈՐԱՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ**  
**ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ՎԱՐՔԱԳԾԻ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅԱՆ ՎՐԱ**

### **ՍԱՖԱՐՅԱՆ ԱՐԵԳ**

*Սանկր–Պետերբուրգի կառավարման և էկոնոմիկայի (СПБУУ և Թհամալարանի ասսիլիանում*

Գիտական հոդվածում ներկայացվում է սոցիոլոգիական վերլուծության տեսանկյունից արդիական խնդիր, որը վերաբերում է նորարարական գործընթացների ազդեցությանը աշխատանքային վարքագծի փոփոխության վրա: Նախ ուսումնասիրվում է նորարարական նյութը, այնուհետև այն կապվում է գործնական վարքագծի հետ: Ընդ որում, բոլոր եզրակացություններն արվում են հենվելով գործնական վարքագծի սոցիոլոգիական վերլուծության վրա: Հոդվածի արդիականությունը կայանում է նաև նրանում, որ այն առաջարում է նոր մոտեցումներ, կապված նորարարական գործընթացների ազդեցությամբ պայմանավորված աշխատանքային նոր վարքագծի ձևավորման հետ, որը նպաստում է նաև գործնական ակտիվության խթանմանը:

*Հոդվածի ներկայացման դարեթիվ՝ 09.01.2014թ.*

## THE IMPACT OF INNOVATIVE PROCESSES ON WORK BEHAVIOUR CHANGE

**AREG SAFARYAN**

*Postgraduate Student of St.–Petersburg University of Management and Economics (SPBUM and E)*

In the scientific paper an actual problem is introduced from the perspective of sociological analysis which refers to the impact of innovative processes on work behaviour change. Firstly, the innovative material is being investigated, thereafter it is related to the practical behaviour. Secondly, all conclusions are made on the basis of sociological analysis of practical behaviour.

The relevance of this article also lies in the fact that it proposes new approaches due to the influence of innovative processes associated with the formation of a new work behaviour that contributes to the promotion of practical activity.

*Article submission date 09.01.2014*