

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

В. И. Черенков¹,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

В. П. Марьяненко²,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
(Санкт-Петербург, Россия)

Н. И. Черенкова³,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
(Санкт-Петербург, Россия)

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ИННОВАЦИЙ: НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием теории инноваций в России и за рубежом, а особо — с отражением ее основных положений в отечественной научной и учебной литературе. Выявлено, что при понимании необходимости инновационного пути развития отечественной экономики сколь-либо стройная и конвенциональная теория инноваций практически отсутствует. Дана критика теоретических положений ряда российских авторов по поводу классификации и сущности инноваций, соответствующей терминологической парадигмы, а также механизмов диффузии инноваций. Проведено сравнение нашего подхода к механизмам диффузии инноваций с подходами зарубежных ученых, и сделано соответствующее обобщение. Приведены результаты семантико-статистического анализа термина «инновация», что позволяет выявить экономическую сущность инновации. Последняя понимается как преходящий источник добавочной или избыточной ценности и — с учетом понимания инновации как коммерциализированного изобретения — добавочной или избыточной стоимости. Показано, что основная ценность инновации на рынке состоит в предоставлении временного глобального конкурентного преимущества за счет извлечения «инновационной сверхприбыли». Источник этой сверхприбыли — интеллектуальная рента, появляющаяся за счет временной монополии на полезное знание. Обоснованы замечания по поводу упорядочивания соотношения между следующими корневыми понятиями теории инноваций: изобретение, коммерциализация, инновация; диффузия, трансфер и спилlover инноваций. Подтверждено, что критерием разделения механизма диффузии инно-

¹ Черенков Виталий Иванович, д.э.н., профессор Высшей школы менеджмента; e-mail: cherenkov@gsom.spb.ru

² Марьяненко Виктор Павлович, д.э.н., профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли; e-mail: prof.marianenko@mail.ru

³ Черенкова Наталия Ивановна, к.ф.н., доцент, завкафедрой английского языка № 2; e-mail: cherenkovanat51@gmail.com

ваций на трансфер и спилловер является рыночная возмездность получения полезного знания. Сделана попытка визуализации парадигмы инновационной деятельности. Отмечено, что существенными препятствиями к развитию теории инноваций в России являются недостаточная подготовленность многих исследователей в области понимания контекстуальных значений иноязычных терминов и ряда положений политической экономии. Сделаны предложения по совершенствованию теории инноваций в России.

Ключевые слова: временное конкурентное преимущество, диффузия инноваций, инновация, спилловер инноваций, трансфер инноваций, шumpетерианская (интеллектуальная) рента.

SOME ISSUES OF DEVELOPING THE THEORY OF INNOVATION

The paper considers some issues connected with developing the innovation theory in Russia and abroad drawing on Russian scientific literature and textbooks. It is revealed that while understanding the need for an innovative way for the development of national economy, Russia lacks a harmonious and conventional innovation theory. The paper presents a critique of theoretical positions of a number of Russian authors concerning classification and essence of innovation, the corresponding terminological paradigm alongside the main mechanisms of innovations diffusion. We provide a comparison and corresponding generalization of our approach to diffusion mechanisms with those of foreign scientists. We note that the insufficient preparedness of many researchers in contextual understanding of both foreign terms and some notions of political economy poses significant obstacles to the development of innovation theory in Russia. We finally offer some recommendations to improve the innovation theory in Russia.

Key words: diffusion of innovation, innovation, spillover of innovation, temporal competitive advantage, transfer of innovation, Schumpeterian (intellectual) rent.

Введение

С момента выхода первого перевода на русский язык одной из основополагающих для теории инноваций работ Йозефа Шумпетера [Шумпетер, 1982] термин «инновация» и производные от него (табл. 1) стали явными *buzzing words* в российской бумажной и электронной научной и публицистической среде. Правда, в этом постоянно упоминаемом переводе работы Шумпетера нет фонетически транслитерированного русскоязычного термина-эквивалента «инновация» для английского «*innovation*», присутствующего в англоязычном *переводе*¹ исходной ра-

¹ Снимая вопросы о правильности хронологического порядка выхода в свет работ Й. А. Шумпетера, упоминаемых во введении к настоящей статье, напомним, что оригинальное издание на немецком языке, с которого был сделан в США упомянутый перевод на английский язык, вышло существенно раньше английского, в 1926 г.

боты [Schumpeter, 1949]. Вероятно, поскольку в оригинале [Schumpeter, 1926] было использовано «*Neuerung* — новшество», то именно «новшество» и присутствует в этом переводе (более 20 раз), а не «инновация». Попутно заметим, что для понимания истоков теории инноваций более интересна другая работа этого выдающегося австрийского/американского экономиста и социолога — «Бизнес-циклы: теоретический, исторический и статистический анализ процесса капиталистического производства» [Schumpeter, 1939]. Вероятно, в силу сказанного, в отечественной литературе образовалась некоторая терминологическая разногласия в отношении того, как следовало бы терминировать всеобщий и наиважнейший для развития современной экономики феномен — *непрерывная инновация*. Именно на основании этого феномена, непосредственно связанного с имманентным непрерывной инновации «созидательным разрушением», или «креативной деструкцией» (*creative destruction*), — по мнению английского неошумпетерианца Кристофера Фримена [Freeman, 2009, p. 126] — капитализм только и может быть понят как «эволюционный процесс».

В русскоязычной научной и учебной литературе обнаруживается, что помимо фонетически калькированного термина «инновация» и вышеупомянутого «новшество» в научный и публицистический оборот вошли и другие термины, предполагающие представлять этот важнейший феномен социально-экономического развития (табл. 1). Однако в большинстве случаев эти термины, на наш взгляд, являются либо тавтологическими («новшество» и «нововведение»), либо некорректно заимствованными из внеэкономического («новация» и «новелла») и даже лингвистического/медицинского контекста — «новообразование» (последнее цит. по: [Калужный, 2003]). Такое положение с корневым термином теории инноваций представляется особенно недопустимым как для соответствующей учебной литературы, так и для нормативно-правовых документов и требует наведения «конвенционального порядка».

Решающим драйвером написания этой статьи явилось случайное обнаружение в интернете своеобразной инвективы одного из представителей нового поколения экономистов, для которых, похоже, политэкономия тождественна идеологии, конституционно отвергаемой в современной России. В рассматриваемой нами здесь статье [Глушак, 2011] ее автор ничтоже сумняшеся делает «вывод о возможности «бесконечного и безграничного» уточнения термина «инновация» в научных исследованиях», что «...не ведет к поступательному уточнению или актуализации понятия, а рассматривается только как фразеологический перебор возможных вариантов в различных исследовательских контекстах». Действительно, процесс становления конвенциональных терминов в науке и технике длителен и непрост, что особенно заметно в случаях

заимствования знания из иноязычной среды [Черенкова, Черенков, 2006; Багиев и др., 2018]. Так называемый «словарный перевод», равно как и обнаруженное нами [Глушак, 2011] «отнесение термина «инновация» к *общелитературному языку* с толкованием как объекта или процесса формирования новшества (нововведения) без отнесения к предметной сфере» — никоим образом не отражают и не могут отражать экономической сущности инновации. К тому же, как утверждают специалисты [Суперанская и др., 2004, с. 28, 60–61], «содержание терминов, их системная организация, сочетаемость с другими словами, модели терминообразования — все это лежит за пределами общего употребления, а следовательно, и за пределами литературного (*общелитературного*. — **Авторы**) языка». Добавим еще более определенное отмежевание от вышеназванного «общелитературного языка» [Лейчик, 2012, с. 31]: «Термин — лексическая единица *определенного языка для специальных целей*, обозначающая общее — конкретное или абстрактное — *понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности*» (курсивы наши. — **Авторы**). Ситуация усложняется еще и тем, что значительная часть заимствуемых научных терминов показывает полисемию. Это при «словарном переводе» регулярно порождает семантические конфузы [Черенков, 2016, с. 423–426], что типично как для несведущих в экономике переводчиков, так и для экономистов. Лингвистическая компетентность последних часто бывает на уровне когда-то сданного кандидатского экзамена по иностранному (английскому) языку. Так и просится здесь крыловское «Беда, коль пироги...».

Опус молодого ученого [Глушак, 2011], цитируемый нами по принципу *reductio ad absurdum*, выбран нами вовсе не для критики конкретного автора. Скорее это демонстрация того, к чему приводит представителей новых поколений отечественной экономической науки почти повсеместное исключение политической экономии (впрочем, довольно неплохо представленной в университетах и научной жизни США и иных стран¹) из числа обязательных для студентов-экономистов курсов. Поэтому одна из задач настоящей статьи *inter alia* состоит в том, чтобы отойти от почти повсеместного сведения инновации к новизне и показать экономическую сущность инновации, в большинстве случаев зату-

¹ По данным OMICS International на сентябрь 2018 (<https://www.omicsonline.org/political-economy-journals-conferences-list.php>), ежегодно выходит около 40 журналов, проводится примерно 40 конференций и 45 семинаров, посвященных исключительно политической экономии. В доступе имеется более 4500 научных статей, раскрывающих основные тренды этой науки, где лидерство в исследованиях (определение взаимосвязи между социальными, экономическими и политическими факторами при учете их влияния на окружающую среду — чем не проблемы реализации концепции устойчивого развития?) принадлежит таким странам, как США, Индия, Япония, Бразилия и Канада.

маненную тавтологическими дефинициями. Эта задача вовсе не ограничивается предметной областью терминообразования, не состоит в ригоризме последнего, а имеет и дидактическую и практическую нагрузку. Последняя хорошо проявляется на законодательном уровне [Федеральный..., 2011], где инновация определяется как «...введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях». Строго говоря, здесь детерминант инновации три: [1] «новый» (*тавтология!*) или [2] «значительно улучшенный» (*критерий?*) определяют основную характеристику инновации и [3] предмет инновации — «продукт (товар, услуга)», где, говоря экономическим языком, следовало бы иметь формулу «*товар/продукт/услуга*». Впрочем, цитируемый здесь Федеральный закон от 21.07.2011 № 254-ФЗ попросту копирует соответствующее положение из Руководства Осло [Oslo..., p. 8] за исключением некорректного перевода полностью принимаемой нами формулы содержательного предмета инновации — *products (goods and services)*. В этом случае следует видеть не столько академический ригоризм и схоластику в плоскости «понятие — дефиниция — термин», а потенциальный источник системных ошибок при формулировании национальной инновационной политики.

Теоретическая невнятица в отношении теории инноваций, примером которой мы начали эту статью, может быть обнаружена и у других авторов из высшей школы, имеющих высшую квалификационную степень [Казакова и др., 2012]. В своей статье эти авторы, прежде чем подойти к заявленному предмету статьи — «региональный трансфер технологий», — выполнили вполне уместный обзор литературы по теории инноваций (в том числе одну критикуемую ими работу — [Марьяненко, 2008]). Далее обнаруживается их попытка обособить взаимосвязи ряда важнейших понятий этой теории: «трансфер технологий», «трансфер знаний», «трансфер инноваций» «коммерциализация инноваций». Необходимость такого обособления подкрепляется следующей неоспоримой декларацией авторов [Казакова и др., 2012]: «Терминологические неясности могут негативно повлиять на формирование адекватных механизмов управления инновационной деятельностью». Правда аксиоматичность этой декларации явно входит в противоречие с началом цитируемого предложения [там же]: «Для практической деятельности дефинициальная четкость не столь важна». Такая постановка вопроса напрочь разрушает целостность и функциональность упомянутой выше когнитивной триады «феномен — термин — дефиниция». Соотнося понятия «знание», «инновация» и «технология», следовало бы, на наш взгляд, рассматривать их соответственно как *общее*, *частное* (ибо не всякое знание есть инновация) и *особенное* (ибо не всякая инновация есть технология). Иначе полу-

чаем то, что читаем в указанной статье. Далее, вызывает некоторое недоумение постановка в вышеприведенный ряд довольно странного термина «коммерциализация инноваций», что в конечном итоге приводит, на наш взгляд, к научно несостоятельному заключению [там же]: «Диффузия знаний, в отличие от их коммерциализации, является некоммерческим элементом трансфера научных разработок и реализуется в тех случаях, когда владелец знания не осознает, не имеет возможности или не заинтересован в его коммерциализации или знание, являясь фундаментальным, не под- лежит коммерциализации».

Процесс критического анализа отражения понятийно-категориального аппарата теории инноваций в русскоязычных работах мог бы выйти за пределы разумного объема журнальной статьи. Поэтому ограничимся небольшой коллекцией довольно парадоксальных суждений. Так, в одной работе [Савченко, Гривко, 2014], представленной авторами как «Исследование теоретических основ инновационного развития экономики», на основе 12 русскоязычных (переводных) определений «инновации» делается вывод: «...это процесс с положительным результатом (*каким?* — **Авторы**), связанный деятельностью, направленной на значительное изменение существующего положения в той или иной сфере, что в дальнейшем приведет к повышению эффективности (*какой?* — **Авторы**). Понимание «инновации» именно в таком контексте (*каком?* — **Авторы**) позволяет раскрыть ее суть. В другой статье [Быкова, Суслова, 2011] после внятного изложения нашей точки зрения на механизмы диффузии инноваций (диффузия = трансфер + спилlover) появляется неведомый «логистический (*sic*!) трансфер инноваций» (*лишь трижды* представленный *только этими* авторам в *Google*), толкуемый как «законодательное разрешение на передачу права использования инноваций как носителей новых ценностей другим субъектам инновационной деятельности» [курсив везде наш. — **Авторы**].

Таблица 1

Основные русскоязычные термины-эквиваленты для понятия «*innovation*»

Термин	Дефиниция
Новация	Обязательственная юридическая сделка, по которой взамен старого обязательства устанавливается новое . Для наличия <i>новации</i> необходимо, чтобы новое обязательство установило совершенно новые отношения сторон, а не было бы только преобразованием формы старого.
	Что-либо новое, только что вошедшее в обиход (новшество).
Новшество	Новый обычай, новый порядок.

Термин	Дефиниция
Новелла	Малый повествовательный жанр, разновидность рассказа, отмеченного строгостью сюжета и композиции, отсутствием описательности и психологической рефлексии, необыденностью события, элементами символизма.
	Исторически, позднейшее дополнение к какому-нибудь своду законов, уставу и т.п. (юр.). Законодательная новелла (по названию <i>Novelle</i> — дополнения к кодексу законов византийского императора Юстиниана VI в. н.э.).
Нововведение (инновация)	Создание, использование и распространение нового средства, продукта, процесса (технического, экономического, организационного, культурного и др.). Различают радикальные нововведения и нововведения , совершенствующие способы и средства деятельности, продукты. Нововведения встречают различную общественную реакцию — от одобрения и поддержки до противодействия и сопротивления.
Инновация	Процесс создания, освоения и практической реализации научно-технических достижений ¹ .
	Целенаправленное изменение, которое вносит в определенную социальную единицу — организацию, поселение, общество, группу — новы е, относительно <i>стабильные элементы</i> . Последние могут быть чисто материальными или социальными, но каждый из них сам по себе представляет лишь новшество , т.е. предмет нововведения , будь то станок или обряд, форма отчетности или сырье. Нововведение же есть процесс ² [Пригожин, 1989, с. 12].

Источник: скомпилировано авторами по различным толковым словарям, в основном представленным в интернет-ресурсе <https://dic.academic.ru/>

¹ Авторы выбрали это определение из множества, представленного в интернет-ресурсе <https://dic.academic.ru/>, исходя из амбициозного титула первоисточника [Философия науки и техники: тематический словарь / Некрасов С. И., Некрасова Н. А. — Орел: ОГУ, 2010], что не следует толковать как нашу полную с ним солидарность.

² Включение данного определения не означает принятия этой позиции авторами хотя бы потому, что существует давно утвердившееся и, можно сказать, имеющее важнейшее практическое значение в теории инноваций понятие «жизненный цикл инновации» [Karlsson, 1988], которое входит в некоторое противоречие с «относительно стабильные элементы». Инновационность и связанное с ней ожидание пользователя инновации сверхприбыли (в ходе реализации добавочной стоимости, ценности), как показывает практика, снижаются со временем как результат диффузии инновации и роста числа пользователей данной инновации. С развитием научно-технического прогресса жизненный цикл инновации становится все короче. Заметим попутно, что затянувшийся лапунтянский спор о сущности инновации — «объект» *versus* «процесс» — представляется нам надуманным и софистическим. Достаточно взглянуть на блок-схемы [Гольдштейн, 1998, рис. 4; Гольдштейн, 2000, рис. 22], раскрывающие роль НИОКР как фактора конкурентного успеха фирмы (относительного преимущества в терминах Роджерса — [Rogers, 1983]), чтобы понять, что полезное знание в ходе НИОКР только создается, проверяется и кодифицируется и, лишь

Думается, что сказанного выше вполне достаточно, чтобы понять серьезность проблемы и подчеркнуть необходимость повышения качества теоретических исследований в рамках парадигмы инновационного процесса. Как и в любой другой науке, становление и развитие теории инноваций должны базироваться на упорядочивании ее понятийно-категориального аппарата.

К становлению русскоязычного понятийно-категориального аппарата теории инноваций

Вернемся к проблеме дефинирования понятий и установления адекватных их сущности терминов (терминирования) в теории инноваций. Важно принимать в расчет, что «импортная» природа этих терминов часто порождает проблемы однозначного понимания в отечественной, русскоязычной, академической и практической среде в целом, что справедливо и для предметной области теории инноваций. Бесспорно следующее утверждение [Калужный, 2003]: «Правильный выбор и правильное определение понятий всегда способствуют прогрессивному развитию соответствующего раздела науки». Цитируемый автор четко определяет задачу своей работы: сформулировать обобщающее понятие для идентификации такой категории разнообразных по форме и содержанию объектов, как «инновации». Однако дальнейший ход и методологию его исследования мы полностью принять не можем. Так, заслуживает уважения мощность анализируемой выборки дефиниций инновации (61), но в ней всего лишь два (*sic!*) англоязычных оригинала, что с учетом *a priori* более высокого уровня развития теории инноваций за рубежом несет в себе серьезное искажение представляемого в статье результата. Главное свидетельство тому — собственно иноязычные по происхождению термины предметной области инноваций, мотивирующие к поиску дефиниций в их родной иноязычной среде (что, судя библиографическому списку данной статьи, автор не выполнил). Вызывает также сомнение собственно предложенный «метод анализа системных триад дефиниций, в основе которого лежит эталонная структура, объединяющая (не вполне детерминированные. — Авторы) элементность, связанность и целостность», где для инновации, соответственно раскрываются компоненты этой триады:

пройдя этапы *инновационного процесса*, превращается в товар, которым является *инновация*. Думается, что авторитету автора этих блок-схем, кандидату технических наук, работавшему более 15 лет главным инженером ОКБ, откуда, собственно, и выходили инновации, можно доверять. Кроме того, в англоязычных работах «*innovation*» и «*innovation process*» часто выглядят синонимами. Точно в таком же отношении часто находятся «маркетинг» и «маркетинговая деятельность», Поэтому в настоящей статье мы будем специально оговаривать контекстуальное значение термина «инновации» (результат, процесс, концепция), а также использовать интегральный термин «феномен инновации».

[1] элементность — «новые знания, воплощенные в конкретную продукцию, процессы или услуги»; [2] связанность — «потребители и производители новой продукции, процессов и услуг»; [3] целостность — «рынок товаров и услуг». Графическое представление указанной триады [Песиголовец, 2006] и ее дальнейшее представление признаков термина через «лингвистическую информацию термина, которая будет унифицированной для всех терминов, основные научные признаки и дополнительные признаки» [там же] не рассеивают наших сомнений даже после обращения к цитируемой исходной для предлагаемого метода анализа дефиниций работе [Рач, 2000]. Впрочем, при всей нашей критике метода и выборки в рассматриваемом исследовании уделенное автором внимание частотности появления «прибыли» как единицы наблюдения в определениях понятия «инновация» [Калужный, 2003] предстает рациональным. Поэтому, несмотря на замечания, окончательное определение: «Инновация — это новые знания, воплощенные в продукты или процессы и реализованные на рынке для удовлетворения потребностей и получения прибыли» [там же].

Пожалуй, наиболее обширное (по числу источников) из обнаруженных нами исследований в этой сфере [Kotsemir, Abroskin, 2013] было выполнено в Высшей школе экономики (Москва). Метод исследования отражен в подзаголовке этой работы: «*An Evolutionary Discussion*». Начав, как принято *ab ovo*, с известных положений Шумпетера и конвенционального определения OECD, авторы этого исследования позитивистски рассматривают ряд классификационных схем, которые имеют право на существование, хотя можно сделать минимум одно замечание. Так, в одной из приводимых классификаций [Godin, 2008] выделяются «инновация как изобретение» (*innovation as invention*) и «инновация как открытие» (*innovation as discovery*). На наш взгляд, такое отождествление неправомерно, так как, начиная с классиков теории инноваций, более или менее эксплицитно (в виде конкурентного преимущества, или улучшения, или ценности) постоянно указывалось на иной имеющийся помимо новизны атрибут инновации, который привлекает к ней новых пользователей и является драйвером ее пространственно-временной диффузии; т.е. то, что воспринимается перспективным пользователем инновации как источник добавочной (повышенной, избыточной) прибыли в экономическом аспекте либо групповой/индивидуальной удовлетворенности (удовольствия, самолюбования и т.д.) — в социально-психологическом. К примеру, открытие электромагнитных колебаний Г. Герцем назвать инновацией нельзя. Сам ученый сделал вывод, что волны эти практического применения не имеют. А изобретения Леонардо да Винчи... Они также оказались в принципе состоятельны, но преждевременны. Тем не менее рассматриваемая в этом месте работа представляет собой, по нашему мнению, наиболее обширный аналити-

ческий обзор концепций и типологий, входящих в предметную область теории инноваций. Работе этой присущ интердисциплинарный подход, а также сочетание логического и исторического при представлении множественных точек зрения. Библиографический список на 16 страницах (около 400 источников) позволяет сделать предположение о намечаемой монографии. Однако удивляет, что при столь пристальном внимании и скрупулезном сравнении различных толкований понятия «инновация» («*innovations*» встречается в работе более 550 раз на 28 страницах), центральное для понимания распространения инноваций во времени и по новым пользователям понятие «диффузия инноваций»¹ попало в фокус внимания лишь 7 (*sic* !) раз. Для понимания *экономической сущности* инновации, без чего анализ дефиниций попадает в иную предметную область, необходим *экономический анализ* в первую очередь таких понятий, через посредство которых осуществляется диффузия инноваций (или в терминах менеджмента инноваций — «диффузия знания»), а именно (табл. 2): «трансфер инноваций», «спилловер инноваций» и, более редкий, «утечка инноваций».

Нами отмечена и более ранняя, в целом позитивно оцениваемая работа по терминологическому анализу инновационной деятельности [Дулепин, Казакова, 2009], где путем удачного цитирования [Кулагин, 2004] подчеркивается практическая значимость выяснения сущности инновации для инновационной политики. Поскольку, если под словом «инновация» понимать различные вещи... «тогда говорить о воздействии государства на инновации, об их поощрении бессмысленно. На что воздействовать, непонятно, как воздействовать на нечто непонятное, тем более непонятно». Вместе с тем метод исследования умозрительен, не определен, а выборка дефиниций «инновации» основана на русскоязычной литературе. Задача оказалась достаточно сложной. Развитие методов менеджмента знаний привело к разработке подходов к онтологиям предметных областей [Клещев, Артемьева, 2001] и даже попыткам построения онтологии инноваций (например, [Жбанов, 2013; Уколов, Кострюков, 2016]). Однако оказалось, что эти и другие доступные нам работы представляют общие рассуждения на тему «если, что» или лишь «украшены» модными терминами. Собственно онтология предметной области инноваций в этих работах не обнаруживается, хотя наличие феномена инновации сомнений ни у кого не вызывает. Обнаруженное обстоятельное формальное построение онтологии для инновации [Ontology..., 2012] содержит не очень оптимистичный вывод ее создателей: «Точное определение инновации явля-

¹ Заметим, что, судя по частотности появления в интернете (август 2018) все же, вероятно, более нормативен термин «*diffusion of innovations*» (3 500 000 откликов в *Google* против 504 000 для «*innovation diffusion*»).

ется дискуссионным как в академическом, так и в практическом смысле». К тому же у авторов при сравнении с содержанием предлагаемого здесь эскиза парадигмы инновационного процесса (рис. 1) возникает сомнение в полноте классов этой онтологии: | Benefit | DevelopmentStage | Disruption | Embodiment | Improvement | Innovation | Innovator | Need | Problem | Symptom | Usage |.

Феномен инновации имманентен человеческой природе и, условно говоря, берет начало с грехопадения Адама и Евы [Быт. 3–7]. Нам после анализа персоналий авторов рассмотренных работ по данной тематике (философы, историки, социологи, экономисты, математики, ИТ-специалисты, представители технических наук и т.д.) видится серьезная методологическая проблема, напоминающая притчу о слепых мудрецах и слоне. Дело в том, что понятие «инновация» относится [Макаров, 2015] к разряду *всеобщих категорий* — исключительно широких и структурно сложных, имеющих множество подходов к раскрытию его содержания. Исследование феномена инновации должно изначально иметь междисциплинарный характер. Выбранный Й. Шумпетером для описания познавательной деятельности в сфере инновационных процессов термин «парадигма» неслучаен. Понимая под парадигмой некоторое, в определенной степени связанное множество убеждений, ценностей и процедур, характерных для данного научного сообщества и ограниченных периодом времени и в какой-то степени границами научных школ, можно прийти к выводу, что собственно парадигма инновации в силу ее принципиальной нечеткости скорее всего не предполагает однозначных решений. Поскольку одной из составляющих научной парадигмы является ее терминологическая часть, то целесообразно исследовать ее адекватность соответствующей предметной области. Нечеткость терминообразования — одна из проблем современных работ по феномену инновации. Существенный вклад в нечеткость российской терминологической парадигмы вкладывает заимствование англоязычных терминов и неадекватность русскоязычных терминов-эквивалентов [Черенкова, Черенков, 2006; Багиев и др., 2018].

Проблема семантической адекватности в терминообразовании при переводе [Лукманова, 2010] не является лишь лингвистической, поскольку каждый термин вызывает определенные ассоциации, а они должны отражать сущность терминируемого феномена. Отражение экономической сущности инновации предстает исключительно важным при обучении студентов-экономистов (например, курсы «Менеджмент инноваций», «Менеджмент знания»). Здесь, поскольку в известной когнитивной триаде «феномен — термин — дефиниция» [Черенкова, Черенков, 2006] именно термин является связующим звеном. Поэтому при заимствовании иноязычного знания, «каркасом» (*framework*), кото-

рого является соответствующая терминологическая парадигма, следует воспользоваться таким лингвистическим понятием, как «контекстуальное значение термина» [Полякова, 2011]. В случае термина «инновация» при выработке соответствующей дефиниции необходимо применить не только семантический подход, но и политэкономический критерий, позволяющий определить, что собственно есть в инновации *такое*, что привлекает к ней людей бизнеса (и не только), несмотря на неопределенности и риски на пути становления инновации от идеи (изобретения, открытия).

Удачный пример решения проблемы построения самодостаточной и непротиворечивой терминологической парадигмы представляет собой одна довольно старая, но, можно сказать, классическая, написанная в традициях советской экономической школы работа [Алаев, 1983], где разработана методология терминообразования («терминирования» и «дефинирования»), методологические принципы которой явились: [1] отражение, [2] системность, [3] антонимия, [4] антиципирования и [5] альтернативы (традиционность—новаторство). Нами была выполнена некоторая модификация этой методологии [Черенков и др., 2010]. Для исследования специфики отображения феномена инновации в сознании профессиональной среды был применен семасиологический подход [Купцова, Стерлигова, 2004]. В последующие годы выборка дефиниций инновации была доведена до 180 (примерно 80% — англоязычные), и в результате было установлено, что в 70% атрибутом инновации выступает «новизна», 35% — «добавочная ценность», а «добавочная стоимость» была обнаружена лишь в пяти определениях (причем в двух из них — в латентной форме). Однако, принимая во внимание то, что «ценность» и «стоимость» связаны на рынке обменом, который в соответствии с маркетинговым подходом к инновации — если он состоялся — является критерием превращения изобретения в инновацию, атрибут «добавочная ценность» хорошо отражает привлекательность инновации. Распространение статистико-семантического исследования «вручную» на остальные термины парадигмы инновации оказывается слишком трудоемким и требует машинной обработки, что может составить предмет дальнейших исследований. Тем не менее, принимая во внимание особую важность такого явления, как диффузия инноваций, нами была выполнена оценка частотности появления в интернете таких базовых терминов, как «трансфер инноваций» и «спилловер инноваций» (в том числе в отношении НИОКР и технологий), относительно недавно вошедшего в оборот термина «утечка» (*leakage*), а также специфицированного отображения этих терминов в новой парадигме менеджмента знаний (табл. 2).

Таблица 2

Терминологическое представление механизмов диффузии инноваций
Частотность появления основных терминов в Google — август 2018 г.

Менеджмент инноваций — Innovation Management			
Диффузия инноваций	трансфер инноваций	спилловер инноваций	утечка инноваций
<i>13 800</i>	<i>11 400</i>	<i>125</i>	<i>111</i>
Diffusion of innovations	Transfer of innovations	Spillover of innovations	Leakage of innovations
<i>1 480 000</i>	<i>327 400</i>	<i>35</i>	<i>4</i>
	Innovations transfer	Innovations spillover	Innovations leakage
	<i>21 400</i>	<i>99</i>	<i>48</i>
	Трансфер НИОКР	Спилловер НИОКР	Утечка НИОКР
	<i>336</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
	Transfer of R&D	Spillover of R&D	Leakage of R&D
	<i>2 070</i>	<i>11 700</i>	<i>86</i>
	R&D transfer	R&D spillover	R&D leakage
	<i>9 380</i>	<i>17 600</i>	<i>113</i>
	Трансфер технологий	Спилловер технологий	Утечка технологий
	<i>13 800</i>	<i>17 600</i>	<i>113</i>
	Technology transfer	Technology spillover	Technology leakage
	<i>9 530 000</i>	<i>31 000</i>	<i>12 100</i>
	Transfer of technology	Spillover of technology	Leakage of technology
	<i>23 000 000</i>	<i>41 400</i>	<i>417</i>
Менеджмент знания — Knowledge management			
Диффузия знания	трансфер знания	спилловер знания	утечка знания
<i>188</i>	<i>515</i>	<i>25</i>	<i>131</i>
Diffusion of knowledge	Transfer of knowledge	Spillover of knowledge	Leakage of knowledge
<i>5 820 000</i>	<i>16 800 000</i>	<i>40 100</i>	<i>228 000</i>
	Knowledge transfer	Knowledge spillover	Knowledge leakage
	<i>4 980 000</i>	<i>83 700</i>	<i>10 800</i>

Источник: составлено авторами.

Полагаем, что меньшая насыщенность русскоязычного интернета терминологической парадигмой инноваций может служить косвенным свидетельством уровня разработанности теории инноваций в России. Одной из причин ее слабой разработанности авторы видят странное нежелание российских авторов обращаться к зарубежным первоисточни-

кам (причем в их оригинале; т.е. к публикациям на иностранных языках). Так, одна из относительно недавних отечественных статей [Грищенко и др., 2014], вышедшая под многообещающим для упорядочивания теории инноваций заголовком — «Инновации — определение, классификация, стадии», — базируется исключительно на русскоязычных источниках (изданных в период 2007–2009 гг.), причем при общем числе 12 пять из них учебники и пять — учебные пособия. Немудрено, что, например, в классификационной табл. 1 настоящей статьи с примерами довольно рыхлых дефиниций «открытие, изобретение и лицензии» предстают как «виды инноваций».

В начале этого десятилетия появилась довольно острая статья [Ващенко, 2011], где обоснованной критике было подвергнуто состояние теории и практики инноваций в России, включая нормативно-правовую базу, призванную обеспечивать национальную инновационную политику. Основные критические моменты этой статьи, на наш взгляд, сохранили свою актуальность и по сей день. В частности, то, что было сказано в этой статье о законопроекте «О государственной поддержке инновационной деятельности в Российской Федерации», вполне сохраняет силу и в отношении ряда положений принятого ГД РФ Федерального закона от 21.07.2011 № 254-ФЗ (см. выше). Заметим, что «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Стратегия..., 2015] вообще не содержит формального определения инновации. Последняя входит в текст как некая данность.

Капитализм, при всем многообразии его национальных и региональных реализаций в современной действительности, соответствует такой модели социально-экономического развития, при которой высшей, конечной целью участников экономической деятельности является прибыль. Тот факт, что азы политической экономии капитализма находятся ныне на задворках отечественной экономической науки и высшей школы, никак не может отменить пусть модифицированного, но действия основного закона капитализма. Даже широко пропагандируемая и демонстрирующая в развитых странах позитивные примеры реализация концепции устойчивого развития показывает, что важнейшим источником обеспечения гармонии развития в рамках 3Р-мнемоники¹ (*Profit — Planet — People*) является инновационное развитие [Anand, Kedia, 2015]. Популярный, введенный UNCTAD акроним STI (*Science, Technology, and Innovation*) соответствует современному толкованию и назначению национальных инновационных политик как важного источника материального, а не только политиче-

¹ Впервые эта 3Р-мнемоника была предложена в 1995 г. Джоном Элкингтоном, основателем Исследовательского и консалтингового центра SustainAbility (<http://sustainability.com/>) как заглавие первого отчета по устойчивости компании Shell, вошедшего в дальнейшем в практику отчетности компаний как формат TBL (*triple bottom line* — «тройной итог») [Elkington, 2004].

ского обеспечения реализации концепции устойчивого развития. Такая политика [Organization..., 2010] должна повлечь за собой создание новых товаров, процессов и технологий, а также их диффузию и применение, которые смогут, в частности, освободить экономическое развитие от сопутствующей деградации природных ресурсов. Тем более важное значение получает требование к уточнению терминологической парадигмы теории инноваций, поскольку именно на нее в конечном итоге должна опираться легитимация политических решений.

Диффузия инноваций: механизмы трансфера и спилловера

Наш маркетинговый подход к понятию «инновация» [Черенков, Толстобров, 2007; Черенков, 2012], где инновация предстает как коммерциализованное изобретение (полезное знание), позволяющий экономически обоснованно выделить два механизма диффузии инноваций (трансфер и спилlover), нашел себе сторонников (например, [Орлов, Саркин, 2017; Романенко, 2016]). В то же время попытки категоризации механизмов диффузии инноваций без соотнесения их с отношениями собственности (интеллектуальная собственность) и реалиями правовой и неправовой передачи интеллектуальной собственности (в какой бы форме она не выступала) приводят к абсолютно несостоятельным выводам и выглядят как жонглирование терминами. Так, в одной из таких работ [Баканова, 2013] после вполне вразумительного цитирования нашего понимания механизмов диффузии инноваций читаем, что «это процесс, посредством которого одна организация адаптирует технологию, созданную другой»¹, тогда как в нашей, положительно воспринятой трактовке [Черенков, 2012]: «Трансфер инноваций представлен хорошо формализованными и основанными на категории кодифицированной интеллектуальной собственности формами, среди которых наиболее часто встречаются лицензинг (купля-продажа лицензий) и франчайзинг».

Коль скоро критиками нашей позиции [Казакова и др., 2012] был сделан довольно жесткий вывод «не стоит... сводить трансфер инноваций только к возмездной форме передачи, поскольку таким образом трансфер фактически отождествляется с коммерциализацией инноваций», мы вынуждены, учитывая относительно небольшой тираж цитируемого ими источника [Марьяненко, 2008], привести здесь обширную цитату из этой работы, где рассматриваются два полярных по своей экономической сущности механизма диффузии инноваций, т.е. *трансфер* и *спилlover*: «Во-

¹ Ознакомление с источником этого определения трансфера технологий [Медовников, Оганесян, 2012], а также латентно повлиявшего на ряд иных положений указанной статьи [Баканова, 2013] привело авторов к рекомендации осматрительнее выбирать референтные источники; тем более по стилю схожие с какой-то постмодернистской публицистикой. Особое впечатление произвело использование «промискуитета» в качестве метафоры.

первых, оба механизма обеспечивают один и тот же конечный результат — **диффузию инноваций** (*diffusion of innovations*). Во-вторых... мы применяем термин **трансфер инноваций** (*transfer of innovations*) ко всем случаям платного, или возмездного, распространения (диффузии) инноваций: от продажи кодифицированного научно-технического знания, например, при помощи таких международных бизнес-операций, как лицензионные соглашения, или лицензинг (*licensing*), до формирования международных НИОКР-, или ИР-, альянсов (*international R&D alliances*). В свою очередь, под **спилловером инноваций** (*spillover of innovations*) мы понимаем спонтанное распространение научно-технического или иного полезного знания, к которому может быть применено понятие как безвозмездности, или бесплатности (раскрытие сути полезного знания в статьях, выступлениях на конференциях, в частных беседах), так и возмездности, или платности (несанкционированная и скрытно оплачиваемая передача кодифицированного знания, граничащая с квалификацией на уровне промышленного шпионажа, а также переманивание ключевых работников, т.е. «перекачивание» персонифицированных носителей полезного знания)».

Думается, что авторы рассматриваемой статьи [Казакова и др., 2012] не будут возражать, что понятию «инновация» (которое лишь с одной внешней стороны тождественно *новшеству*) логически и темпорально присуще создание и кодифицирование некоей уникальной, временно монопольной, недоступной/неизвестной другим акторам рынка полезности или ценности (а в терминах позабытой политэкономии — потребительной стоимости). Коль скоро эти авторы все же около 20 раз обращаются к парадигме рынка, то латентно они осознают, что критерий полезности знания (информационного ядра инновации) определяется рыночным спросом на указанное кодифицированное (патент, копирайт, производственный или торговый секрет и т.п.) полезное знание. Инновация не может быть экономической категорией вне рыночных отношений, а вне их лингвистически составляет лишь синоним к другим приводимым нами выше терминам (табл. 1), равно как и золотые бруски инженера Гарина на необитаемом острове стали не абсолютно ликвидным мерилom стоимости, а просто тяжелым, ковким и не подверженным коррозии металлом. Ценность инновации определяется покупателем той полезности (ценности), носителем которой инновация, исходя из его ожидания, *воспринимается* обществом, организацией, индивидуумом (*sic! не является, а воспринимается*). Покупатель инновации — как институциональный (на B2B- или B2G-рынках), так и индивидуальный (на B2C-рынках), — опираясь на определенную (часто неполную) информацию, принимает то или иное решение относительно присвоения/пользования касательно уже состоявшейся инновации как результата осознания ожидаемой метаморфозы *повышенной* ценности (как защищенной, так и незащищенной интеллектуальной собственности) в *повышенную* стоимость. Последняя превращается в *повышенную* цену либо непосредственно при пере-

продаже (e.g., импортный товар при неудовлетворенном спросе), либо опосредованно в процессе применения инновационных технологий, позволяющих получить и предложить на рынок удешевленные/обновленные товары/услуги. Примерно так же проявляются инновации и в сфере демонстративного потребления [Sassatelli, 2007], правда с той особенностью, что здесь эмоциональный/психологический выигрыш пользователя положителен, а экономический — чаще всего отрицателен. Иными словами, мотивация к экономически иррациональному приобретению относительно более дорогостоящей инновации соответствует [Печкуров, 2017] демонстративно-престижному потреблению как доказательству обладания богатством или средству поддержания престижа покупателя. Таким образом, мы хотели показать, что, несмотря на основной фокус статьи на технологических инновациях и/или инновационных товарах, рассматриваемые положения считаем применимыми и к сфере услуг и/или невещных товаров. В любом случае основной драйвер диффузии инноваций следует искать в воспринимаемой акцептором инновации (добросовестном или недобросовестном приобретателе) сверх-, или добавочной, ценности и/или стоимости.

Принятие покупательского решения, выступающего драйвером диффузии инноваций, требует оценки множества атрибутов инновации. Согласно Роджерсу [Rogers, 1983, p. 14–16, 211–232], возникновение и скорость диффузии инноваций определяются сложной суперпозицией следующих пяти атрибутов инноваций (*attributes of innovations*): [1] относительное преимущество (*relative advantage*) — воспринимаемая предельная полезность нового товара относительно старого; [2] совместимость (*compatibility*) — совместимость инновационного товара с приемлемыми поведением, нормами, ценностями и иными характеристиками, определяемыми качественным составом покупателей на данном рынке; [3] сложность (*complexity*) — та степень сложности, которая связывается в понимании покупателя с пониманием преимуществ и использованием инновационным товаром; [4] опробываемость (*trialability*) — та степень ожидаемого экономического и/или социального риска/выигрыша, которая связывается в понимании покупателя с использованием инновационным товаром; [5] заметность (*observability*) — та степень легкости, с которой результаты применения инновационного товара оказываются заметны покупателям. Приводимая здесь атрибуция равным образом применима не только к технологическим, но и ко всем прочим инновациям (социальным, организационным, культурным, и т.п.). В этом легко убедиться, обратившись к первоисточнику [*ibid.*]. Важно отметить, что у диффузии инноваций имеется положительная корреляция с такими атрибутами, как «относительное преимущество», «совместимость», «опробываемость» и «заметность», но отрицательная — для атрибута «сложность».

Как правило, в работах по инновациям (в том числе и зарубежных) почему-то забывают о предтече инновации — *изобретении*, — без которой

и говорить-то об инновационном процессе смысла нет. В одной из не столь давних работ [Freeman, Soete, 1997] на основе скрупулезного анализа работ Шумпетера инновация вновь предстает как «эскиз или модель нового или улучшенного устройства, товара, продукта или системы», что пока не привносит ничего нового в предшествующие дефиниции. Однако далее делается важнейший вывод: «Инновация в экономическом смысле может состояться только при первой коммерческой сделке, в которую вовлекается новый продукт, процесс, система или устройство, хотя само слово «инновация» употребляется для представления (инновационного. — **Авторы**) в целом». Иными словами, в ходе этой «коммерческой сделки» происходит принятие инновационного товара рынком, или реализация добавочной стоимости этого товара, в результате обмена. Этот тезис полностью подтверждает нашу формулу: **ИННОВАЦИЯ = ИЗОБРЕТЕНИЕ + КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ** (см. также далее рис. 1).

Парадигма инновации в научном и общественном сознании¹

Слово «парадигма» (*παράδειγμα* — греч.), встречающееся уже у раннехристианского теолога Тертулиана (II в. н.э.) в значении созвучного контексту настоящей статьи поучительного примера, сегодня примерно в 3 раза чаще встречается в Google, чем выше названное нами *buzzing word* — «инновация». Принимая во внимание признанную важность парадигматического подхода к развитию науки [Степаненко, 2009], авторы хотели бы привлечь внимание к собственно термину «парадигма» и его методологическому смыслу. Тем более, что выполненный авторами в 2018 г. опрос студентов-экономистов (несколько более 200 человек) в двух вузах Санкт-Петербурга по поводу значения этого термина показал почти полное отсутствие четкого понимания его значения. Поэтому, видя среди читателей и студентов, считаем не лишним привести одно из суждений по поводу термина «парадигма», появившееся вне предметной области лингвистики [Vanner, Bicket, 2013, p. 5]: парадигма представляет собой такой термин, который стал достаточно вольно употребляться в некоторой области различных значений, синонимически и взаимозаменяемо с такими терминами, как «концепция», «теория» и «вероучение», и даже с такими, как «традиция», «распорядок» и «мироощущение». В широком смысле парадигма индивидуума или группы лиц — определенное миропонимание (ряд порою бессознательно принятых ценностей, верований и идеологий), в которое они погружены и используют, чтобы пройти через любые встретившиеся новые события, вызовы или выборы. Термин «парадигма» в контексте философии науки был впервые представлен [Kuhn,

¹ Авторы, оставаясь в рамках журнальной статьи, воспользовались прецедентом [Bradley, 1991, p. 44, Fig. 2–3] и ограничились графическим представлением парадигмы инновации (рис. 1).

1962, 1970, p.10] как «тесно связанный» с «нормальной наукой». Однако относился скорее к более или менее сформировавшейся модели научной дисциплины и был выбран в силу предположения о том, что «примеры реальной научной практики... обеспечивают модели, из которых берут начало частные последовательные традиции научного исследования». Несмотря на то что практически во всех статьях, касающихся истории и философии науки, принято ссылаться исключительно на Т. Куна как автора двух ключевых в этой предметной области терминов «научная революция» и «парадигма», сделаем одно замечание, которое не только не оппонирует парадигме Куна, но подкрепляет ее право на существование как универсального инструмента научного познания. Тщательное изучение работ Л. Флека [Babich, 2003] довольно убедительно показывает, что термин «парадигма» в работах Т. Куна представляет собой перифрастическую конструкцию, восходящую к оригинальной терминологии — *Denkstil/Denkkollektiv*, (стиль мышления/мыслительный коллектив ⇒ мыслящее сообщество ⇒ ученые). Причина появления термина «парадигма» в данном случае (в отличие от истории термина «инновация» в русскоязычной среде) не связана с недостаточным владением немецким языком [*ibid.*]. Просто в условиях послевоенного маккартизма в США Т. Кун, с одной стороны, не решился цитировать Л. Флека¹, а с другой академическая порядочность настоящего ученого не дала ему возможности анонимно использовать заимствуемую терминологию, что привело к использованию *paradigm* вместо *Denkstil/Denkkollektiv*.

Несмотря на то что в программы многих вузов России помимо «Менеджмента инноваций» («Инновационный менеджмент») уже вошла такая дисциплина, как «Инноватика», собственно теория инноваций, на наш взгляд, пока находится в стадии становления. Далеко не полностью изучена и вошла в практику эмпирических исследований концепция открытой инновации [Chesbrough, 2005], хотя тема эта в России освещается в публикациях, диссертационных исследованиях и в ходе знаковых событий профессиональных сообществ (например, проведено семь форумов *Open Innovations*; проведена конференция «Открытые инновации. Источники цифрового прорыва. Москва, Сколково, 15–17 октября 2018»). В то же время в таком документе, как *National Report on Innovations in Russia — 2016* (https://www.rvc.ru/upload/iblock/c7b/RVK_innovation_2016_v3_eng.pdf) собственно термин «*open innovation*» встречается лишь 2 раза. Также, по результатам международного эмпирического исследования [Podmetina et al., 2011], значение концепции открытой инновации среди российских компаний является «весьма относительным», а собственно

¹ В биографии Л. Флека обнаруживался нелицеприятный для послевоенного (WW2) общественного сознания США факт его работы в лаборатории по разработке вакцин в концентрационном лагере Бухенвальд (Германия), что однозначно толковалось тогда как сотрудничество с нацистским режимом.

«открытость» ряда отечественных компаний означает просто то, что у них есть склонность к покупке или продаже технологий, но не склонность к обмену знаниями на открытом рынке. К причинам такого положения относят [ibid.] особенности существующей российской бизнес-среды: слабые связи с наукой, бюрократию, коррупцию и политические риски, а также недостаточное финансирование инноваций, нехватку венчурного капитала, иностранных инвестиций и исследовательских грантов. Еще меньшая осведомленность в российской среде об «устойчивой инновации» (*sustainable innovation*) – на 4 порядка ниже (!), чем за рубежом. На такое новое проявление феномена инновации [Chen et al., 2018], как «холистическая инновация (*holistic innovation*)», русскоязычный интернет вовсе не отзывается.



Рис. 1. Визуализация парадигмы инновационной деятельности (процесса вызревания и диффузии инновации)

Легенда:
РВИ — воспринимаемая ценность инновации;
ТЛ — время жизни инновации; кривая ЖЦИ, выполненная штриховой линией, отражает влияние спилловера или утечки инновации (полезного знания).
Источник: разработан авторами.

Заключение

Работа над решением основной задачи настоящей статьи — оценить уровень развития теории инноваций в России по состоянию ее понятийно-категориального аппарата, рассматривая и сравнивая отечественные и зарубежные публикации, и сделать предложения по упорядочиванию парадигмы инноваций — показала, что комплексное выполнение этой задачи в рамках одной статьи (и силами лишь трех ее авторов) не представляется возможным. Этим определилась известная фрагментарность в нашем изложении. Поэтому выявленная и принимаемая нами часть парадигмы инновации (рис. 1) получила лишь визуальное отображение, но не в тексте. Дело не только в наличии огромного числа публикаций, так или иначе касающихся теории инноваций. В конечном итоге авторы надеются, что им все же удалось обосновать следующее:

- современная теория инноваций — в терминах Т. Куна — может быть классифицирована как парадигмальная теория;
- современная теория инноваций в России вторична и в основном опирается на зарубежные работы;
- улучшение российской парадигмы инновации требует комплексного междисциплинарного исследования;
- учебная литература, касающаяся теории инноваций и менеджмента инноваций, требует тщательного рецензирования (если не сертифицирования), что необходимо для выработки национального менталитета инновационного предпринимательства — источника национальной интеллектуальной ренты, которую следует рассматривать как наиболее перспективный ресурс для реализации концепции устойчивого развития;
- одним из важнейших направлений развития национальной инновационной политики в России предлагается считать стимулирование предпринимательской инновационности;
- для укрепления инновационного менталитета необходимо упорядочить как собственно русскоязычную парадигму, так и отечественный глоссарий теории инноваций;
- целесообразна организация научной дискуссии (конференции, журнальные публикации, квалификационные диссертации) с выходом на уровень международных обменов.

Список литературы

1. *Алаев Э.* Социально-экономическая география. — М.: Мысль, 1983.
2. *Багиев Г. Л., Черенков В. И., Черенкова Н. И.* Маркетинг для реализации концепции устойчивого развития: сущность и терминологическая парадигма // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2018. — № 4(112). — С. 139–152.

3. *Баканова С. А.* Механизмы диффузии инноваций: особенности и методы моделирования // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2013. — № 6–1(185). — С. 144–149.
4. *Быкова О., Суслова С.* Логистический трансферт технологий как метод диффузии инноваций // Логистика. — 2011. — № 8. — С. 23–25.
5. *Ващенко В. П.* Еще раз о сути инноваций // Наука. Инновации. Образование. Альманах. — Вып. 10. — 2011. — С. 138–157.
6. *Глушак О. В.* Нет недостатка в терминах... методологические аспекты исследования инновации // Креативная экономика. — 2011. — № 6. — С. 44–48.
7. *Гольдштейн Г. Я.* Инновационный менеджмент. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998. — 132с.
8. *Гольдштейн Г. Я.* Стратегические аспекты управления НИОКР: монография. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. — 244 с.
9. *Дуленин Ю. А., Казакова Н. В.* Некоторые аспекты терминологического анализа инновационной деятельности и процессов трансфера инноваций // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 4 (32). — С. 48–52.
10. *Жбанов П. А.* Социально-экономическая онтология инноваций и инновационной деятельности // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». — 2013. — № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskaya-ontologiya-innovatsiy-i-innovatsionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 12.09.2018).
11. *Казакова Н. В., Тюрина В. Ю., Спицина О. Н.* Особенности регионального трансфера технологий. URL: ukros.ru/wp-content/uploads/2012/08/казакова_тюрина.doc (дата обращения: 12.08.2018).
12. *Калужный В. В.* Современные трактовки понятия «инновация» и его уточнение с использованием усовершенствованного метода системных триад дефиниций // Управління проектами та розвиток виробництва: зб. наук. пр. — Луганськ: Вид-во СЧУ ім. В. Даля. — 2003. — № 1(6). — С. 86–99.
13. *Клещев А. С., Артемьева И. Л.* Математические модели предметных областей. Часть 1. Существующие подходы к определению понятия «онтология» // Научно-техническая информация, серия 2 «Информационные процессы и системы». — 2001. — № 2. — С. 20–27.
14. *Кулагин А. С.* Немного о термине «инновация» // Инновации. — 2004. — № 7. — С. 56–59.
15. *Купцова А. К., Стерлигова А. Н.* Современные вопросы развития терминологии логистики // Логистика и управление цепями поставок. — М., 2004. — № 2. — С. 113–121.
16. *Лейчик В. М.* Терминоведение: предмет, методы, структура. Изд. 5-е, испр. и доп. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. — 264 с.
17. *Лукманова Р. Р.* Семантическая адекватность оригинального и переводного текстов: к постановке проблемы // Вестник Башкирского государственного университета. — 2010. — Т. 15. — № 1. — С. 105–109.
18. *Макаров Д. В.* Историко-философские аспекты возникновения инноваций // Вестник КРАУНЦ. Серия «Гуманитарные науки». — 2015. — № 1 (25). — С. 25–31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriko-filosofskie-aspekty-vozniknoveniya-innovatsiy> (дата обращения: 12.09.2018).
19. *Марьяненко В. П.* О проблеме «системности» национальной инновационной системы России // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2008. — № 12(64). — С. 114–126.

20. Медовников Д., Оганесян Т. Неявное знание строителей пирамиды // Эксперт-ON-LINE. — 2012. — № 12 (795). URL: <http://expert.ru/expert/2012/12/neuyavnoe-znanie-stroitelej-piramidy/> (дата обращения: 12.09.2018).
21. Орлов И. Ю., Саркин Л. А. Формирование траектории регионального развития с учетом закономерностей диффузии инноваций // Казанский социально-гуманитарный вестник. — 2017. — № 4 (27). — С. 54–68.
22. Песиголовець Л. Л. Компонентный анализ терминов предметной области «Управления проектами» с применением метода системных триад дефиниций // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр. — Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. — № 1(17). — С. 55–61.
23. Печуров И. В. Культурно-исторический контекст практик демонстративного потребления в повседневном социокультурном пространстве // Гуманитарий Юга России. — 2017. — Т. 6. — № 6. — С. 251–258.
24. Полякова А. Анализ и контекстуальный перевод многозначных юридических терминов // Право и управление. XXI век. — 2011. — № 2 (19). — С. 74–76. URL: http://pravo.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/013_polyakovaan.pdf (дата обращения: 12.06.2018).
25. Пригожин А. И. Нововведения: стимулы и препятствия. Социальные проблемы инноватики. — М.: Наука, 1989. — 271 с.
26. Рач В. А. Принципы системного подхода в проектном менеджменте // Управління проектами та розвиток виробництва. Зб. наук. пр. Під ред. В. А. Рач. — Луганськ: СНУ ім. В. І. Даля. — 2000. — № 1(1). — С. 7–9.
27. Романенко Е. В. Диффузия инноваций, их трансфер и коммерциализация в условиях российских регионов // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). — 2016. — № 4. — С. 63–67.
28. Савченко В. Ф., Гривко С. Д. Исследование теоретических основ инновационного развития экономики // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. — 2014. — № 5 (86). — С. 175–180.
29. Степаненко Д. М. Парадигматический подход Т. Куна как методологическая основа исследования инновационного развития // Экономические науки. — 2009. — № 10(59). — С. 79–82.
30. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года // Официальный сайт Минэкономразвития России, 2015. URL: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20120210_04 (дата обращения: 10.08.2018).
31. Суперанская А. В., Подольска Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: вопросы теории. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 248 с.
32. Уколов В. Ф., Кострюков В. А. Онтология инновационного менеджмента // Вестник университета. — 2016. — № 1. — С. 212–214.
33. Федеральный закон от 21.07.2011 № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике».
34. Черенков В. И. Маркетинговый подход к категоризации каналов глобальной диффузии инноваций // Проблемы современной экономики. — 2012. — № 2(42). — С. 211–215.
35. Черенков В. И. Основы международной логистики. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2016. — 488 с.
36. Черенков В. И. Толстобров М. Г. Модель глобального трансфера инноваций как инструмент интернационализации российского малого высокотехнологичного бизнеса // Вестник СПбГУ. Сер. 8. Менеджмент. — 2007.

37. Черенков В. И., Черенкова Н. И., Марьяненко В. П. Семасиологический подход к выявлению сущности понятия «инновация» в экономической науке // Проблемы современной экономики. — 2010. — № 1 (33). — С. 45–50.
38. Черенкова Н. И., Черенков В. И. Лингвистически-коммуникативная проблема глобализации бизнеса // Известия Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов. — 2006. — № 3. — С. 109–124.
39. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 401 с.
40. Anand M., Kedia Sh. Innovation Policy and Sustainable Development // Brief for GSDR 2015. URL: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/6559119-Anand_Innovation%20Policy%20and%20Sustainable%20Development.pdf (дата обращения: 01.08.2018).
41. Babich B. From Fleck's Denkstil to Kuhn's paradigm: conceptual schemes and incommensurability // International Studies in the Philosophy of Science. — 2003. — Vol. 17. — No. 1. — P. 75–92.
42. Bradley F. International Marketing Strategy. Prentice Hall, New York, etc., 1991.
43. Chen J., Yin X., Mei L. Holistic Innovation: An Emerging Innovation Paradigm // International Journal of Innovation Studies. — 2018. — Vol. 2. — Iss. 1. — P. 1–13.
44. Chesbrough H. Open Innovation: A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation, 2005. URL: <http://www.emotools.com/media/upload/files/Openinnovationparadigm.pdf> (дата обращения: 05.06.2018).
45. Elkington J. Enter the triple bottom line // A. Henriques & J. Richardson (Eds.), The triple bottom line: Does it all add up? — London, England: Earthscan, 2004. — P. 1–16.
46. Freeman Ch. Schumpeter's Business Cycles and Techno-Economic Paradigms, in Techno-economic paradigms: essays in honor of Carlota Perez / ed. by W. Drechsler, R. Kattel and E. S. Reinert. — London: Anthem Press, 2009.
47. Freeman Ch., Soete L. The Economics of Industrial Innovation. — Routledge, 1977.
48. Godin B. Innovation: the History of a Category // Working Paper No. 1, Project on the Intellectual History of Innovation. — Montreal: INRS, 2008.
49. Karlsson Ch. Innovation Adoption and the Product Life Cycle // Umeå Economic Studies. — 1988. — No. 185. — 232 pages.
50. Kotsemir M., Abroskin A. Innovation Concepts and Typology — An Evolutionary Discussion // Working Papers, Series: Science, Technology and Innovation, WP BRP 05/STI/2013, National Research University Higher School of Economics, Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge. — Moscow, 2013.
51. Kuhn T. S. The Structure of Scientific Revolutions // International Encyclopedia of Unified Science. The University of Chicago Press, Ltd., London. — 1962, 1970. — Vol. II. — No. 2.
52. Ontology for Innovation, Version 1.0.0 (2012). URL: <http://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf> (дата обращения: 01.06.2018).
53. Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. (2005) 3rd ed. Paris: OECD. URL: <http://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf> (дата обращения: 01.06.2018).
54. Podmetina D., Vääänen J., Torkkeli M. T., Smirnova M. M. Open innovation in Russian firms: an empirical investigation of technology commercialization and acquisition // International Journal of Business Innovation and Research. — 2011. — Vol. 5. — No. 3. — P. 298–317.

55. *Reboud S., Mazzarol T.W.* Risk Assessment in SMEs, a Proposed Tool, Cahiers du CEREN. 2003. 4: 31–40.
56. *Rogers E.M.* Diffusion of innovations. — New York: Free Press; London: Collier Macmillan, 1983.
57. *Sassatelli R.* Consumer Culture History, Theory and Politic. Sage Publications Ltd. — Los Angeles, etc., 2007.
58. *Schumpeter J.A.* Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. — New York and London, McGraw — Hill Book Company Inc. Abridged, with an introduction, by Rendigs Fels. Édition numérique réalisée le 14 juillet 2007 à Chicoutimi. 1939. URL: http://classiques.uqac.ca/classiques/Schumpeter_joseph/business_cycles/schumpeter_business_cycles.pdf (дата обращения: 01.08.2018).
59. *Schumpeter J.A.* Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung uber Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. — Duncker & Humblot, Munich and Leipzig, 1926.
60. *Schumpeter J.A.* The Theory of Economic Development: An Inquiry to Profits, Capital, Credit, Interest, and The Business Cycle, Harvard University Press, translated from the German. 1949. URL: <https://ia801601.us.archive.org/0/items/in.ernet.dli.2015.187354/2015.187354.The-Theory-Of-Economic-Development.pdf> (дата обращения: 01.08.2018).
61. *Vanner R., Bicket M.* The Use of Paradigms in DYNAMIX. 2013. URL: https://dynamix-project.eu/sites/default/files/D1.1_list_Paradigms_public.pdf (дата обращения: 05.08.2018).

The List of References in Cyrillic Transliterated into Roman Alphabet

1. *Alaev E'.* Social'no-e'konomicheskaya geografiya. — M.: My'sl', 1983.
2. *Bagiev G.L., Cherenkov V.I., Cherenkova H.I.* Marketing dlya realizacii koncepcii ustojchivogo razvitiya: sushhnost' i terminologicheskaya paradigma // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo e'konomicheskogo universiteta. — 2018. — № 4(112). — S. 139–152.
3. *Bakanova S.A.* Mexanizmy' diffuzii innovacij: Osobennosti i metody' modelirovaniya // Nauchno-texnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politexnicheskogo universiteta. E'konomicheskie nauki. — 2013. — № 6–1(185). — S. 144–149.
4. *Bykova O., Suslova S.* Logisticheskij transfert texnologij kak metod diffuzii innovacij // Logistika. — 2011. — № 8. — S. 23–25.
5. *Cherenkov V.I.* Marketingov'yj podxod k kategorizacii kanalov global'noj diffuzii innovacij // Problemy' sovremennoj e'konomiki. — 2012. — № 2(42). — S. 211–215.
6. *Cherenkov V.I.* Osnovy' mezhdunarodnoj logistiki. — SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta, 2016. — 488 s.
7. *Cherenkov V.I. Tolstobrov M.G.* Model' global'nogo transfera innovacij kak instrument internacionalizacii rossijskogo malogo vy'sokotexnologichnogo biznesa // Vestnik SPbGU. Ser. 8. Menedzhment, 2007.
8. *Cherenkov V.I., Cherenkova N.I., Mar'yanenko V.P.* Semasiologicheskij podxod k vy'yavleniyu sushhnosti ponyatiya “innovaciya” v e'konomicheskoy nauke // Problemy' sovremennoj e'konomiki. — 2010. — № 1 (33). — S. 45–50.

9. *Cherenkova N. I., Cherenkov V. I.* Lingvisticheski-kommunikativnaya problema globalizacii biznesa // *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta e'konomiki i finansov.* — 2006. — № 3. — S. 109–124.
10. *Dulepin Yu. A., Kazakova N. V.* Nekotory'e aspekty' terminologicheskogo analiza innovacionnoj deyatel'nosti i processov transfera innovacij // *Problemy' sovremennoj e'konomiki.* — 2009. — № 4 (32). — S. 48–52.
11. Federal'ny'j zakon ot 21.07.2011 No. 254-FZ «O vnesenii izmenenij v Federal'ny'j zakon «O nauke i gosudarstvennoj nauchno-texnicheskoj politike».
12. *Glushak O. V.* Net nedostatka v terminax... metodologicheskie aspekty' issledovaniya innovacii // *Kreativnaya e'konomika.* — 2011. — № 6. — S. 44–48.
13. *Gol'dshtejn G. Ya.* Innovacionny'j menedzhment. — Taganrog: Izd-vo TRTU, 1998. — 132 s.
14. *Gol'dshtejn G. Ya.* Strategicheskie aspekty' upravleniya NIOKR: monografiya. — Taganrog: Izd-vo TRTU, 2000. — 244 s.
15. *Kalyuzhnyj V. V.* Sovremennyy'e traktovki ponyatiya «innovaciya» i ego utochnenie s ispol'zovaniem usovershenstvovannogo metoda sistemny'x triad definicij // *Upravlinnaya proektami ta rozvitok virobnicztva: zb. nauk. pr.* — Lugans'k: Vid-vo SNU im. V. Dalya. — 2003. — № 1(6). — S. 86–99.
16. *Kazakova N. V., Tyurina V. Yu., Spicina O. N.* Osobennosti regional'nogo transfera texnologij. URL: ukros.ru/wp-content/uploads/2012/08/kazakova_tyurina.doc (data obrashheniya: 12.08.2018).
17. *Kleshhev A. S., Artem'eva I. L.* Matematicheskie modeli predmetny'x oblastej. Chast' I. Sushhestvuyushhie podhody' k opredeleniyu ponyatiya «ontologiya» // *Nauchno-texnicheskaya informaciya, seriya 2 «Informacionny'e processy' i sistemy'».* — 2001. — № 2. — S. 20–27.
18. *Kulagin A. S.* Nemnogo o termine innovaciya // *Innovacii.* — 2004. — № 7. — S. 56–59.
19. *Kupczova A. K., Sterligova A. N.* Sovremennyy'e voprosy' razvitiya terminologii logistiki // *Logistika i upravlenie cepyami postavok.* — 2004. — № 2. — S. 113–121.
20. *Lejchik V. M.* Terminovedenie: Predmet, metody', struktura. Izd. 5-e, ispr. i dop. — M.: Knizhny'j dom «LIBROKOM», 2012. — 264 s.
21. *Lukmanova R. R.* Semanticheskaya adekvatnost' original'nogo i perevodnogo tekstov: k postanovke problemy' // *Vestnik Bashkirskogo gosudarstvennogo universiteta.* — 2010. — T. 15. — № 1. — S. 105–109.
22. *Makarov D. V.* Istoriko-filosofskie aspekty' vozniknoveniya innovacij // *Vestnik KRAUNCz. Seriya «Gumanitarnyye nauki».* — 2015. — № 1 (25). — S. 25–31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriko-filosofskie-aspekty-vozniknoveniya-innovatsiy> (obrashhenie: 12.09.2018).
23. *Mar'yanenko V. P.* O probleme «sistemnosti» nacional'noj innovacionnoj sistemy' Rossii // *Izvestiya Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena.* — 2008. — № 12(64). — S. 114–126.
24. *Medovnikov D., Oganasyan T.* Neyavnoe znanie stroitelej piramid' // *E'kspert-ONLINE.* — 2012. — № 12 (795). URL: <http://expert.ru/expert/2012/12/neyavnoe-znanie-stroitelej-piramidy/> (data obrashheniya: 12.09.2018).
25. *Orlov I. Yu., Sarkin L. A.* Formirovanie traektorii regional'nogo razvitiya s uchedom zakonomernostej diffuzii innovacij // *Kazanskij social'no-gumanitarnyy'j vestnik.* — 2017. — № 4 (27). — S. 54–68.

26. *Pesigolovecz' L. L.* Komponentny'j analiz terminov predmetnoj oblasti «Upravleniya proektami» s primeneniem metoda sistemny'x triad definicij // Upravlinnya proektami ta rozvitok virobnicztva: Zb. nauk. pr. — Lugans'k: Vid-vo SNU im. V. Dalya, 2006 — № 1(17). — S. 55–61.
27. *Pechkurov I. V.* Kul'turno-istoricheskij kontekst praktik demonstrativnogo potrebleniya v povsednevnom sociokul'turnom prostranstve // Gumanitarij Yuga Rossii. — 2017. — T. 6. — № 6. — S. 251–258.
28. *Polyakova A.* 2011 Analiz i kontekstual'ny'j perevod mnogoznachny'x yuridicheskix terminov // Pravo i upravlenie. XXI vek. — № 2 (19). — S. 74–76. URL: http://pravo.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/013_polyakovaan.pdf (obrashhenie: 12.06.2018).
29. *Prigozhin A. I.* Novovvedeniya: stimuly' i prepyatstviya. Social'ny'e problemy' innovatiki. — M.: Nauka, 1989. — 271 s.
30. *Rach V. A.* Principy' sistemnogo podkhoda v proektnom menedzhmente // Upravlinnya proektami ta rozvitok virobnicztva. Zb. nauk. pr. Pid red. V. A. Rach. — Lugans'k: SNU im. V. I. Dalya. — 2000. — № 1(1). — S. 7–9.
31. *Romanenko E. V.* Diffuziya innovacij, ix transfer i komercializaciya v usloviyax rossijskix regionov // Vestnik Yuzhno-Rossijskogo gosudarstvennogo texnicheskogo universiteta (NPI). — 2016. — № 4. — S. 63–67.
32. *Savchenko V. F., Grivko S. D.* Issledovanie teoreticheskix osnov innovacionnogo razvitiya e'konomiki // Izvestiya Gomel'skogo gosudarstvennogo universiteta imeni F. Skoriny'. — 2014. — № 5 (86). — S. 175–180.
33. *Shumpeter J.* Teoriya e'konomicheskogo razvitiya. — M.: Progress, 1982. — 401 s.
34. *Stepanenko D. M.* Paradigmaticeskij podhod T. Kuna kak metodologicheskaya osnova issledovaniya innovacionnogo razvitiya // E'konomicheskie nauki. — 2009. — № 10(59). — S. 79–82.
35. Strategiya innovacionnogo razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2020 goda // Oficial'ny'j sajt Mine'konomrazvitiya Rossii, 2015. URL: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20120210_04 (data obrashheniya: 10.08.2018).
36. *Superanskaya A. V., Podol'ska N. V., Vasil'eva N. V.* Obshhaya terminologiya: Voprosy' teorii. M.: Editorial URSS, 2004. — 248 s.
37. *Ukolov V. F., Kostryukov V. A.* Ontologiya innovacionnogo menedzhmenta // Vestnik universiteta. — 2016. — № 1. — S. 212–214.
38. *Vashhenko V. P.* Eshhe raz o suti innovacij // Nauka. Innovacii. Obrazovanie. Al'manax. — 2011. — Vy'p. 10. — S. 138–157.
39. *Zhbanov P. A.* Social'no-e'konomicheskaya ontologiya innovacij i innovacionnoj deyatel'nosti // Internet-zhurnal «NAUKOVEDENIE». — 2013. — № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskaya-ontologiya-innovatsiy-i-innovatsionnoy-deyatelnosti> (data obrashheniya: 12.09.2018).