

РОЛЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ИНФРАСТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы становления отечественной инновационной инфраструктуры, и в частности коммуникационной составляющей. Дается оценка возможных причин слабых коммуникаций и их последствий с точки зрения влияния на инновационные процессы в отечественной экономике. Анализируются основные аспекты формирования коммуникационной модели на уровне региональной инновационной системы. Особое значение уделяется применению современных коммуникационных технологий в стимулировании инновационной деятельности.

Ключевые слова: коммуникация, региональная инновационная система, инновационная инфраструктура, 5G-модель инновационного процесса, коммуникационная модель, дискурсивный подход формирования инновационной политики.

Abstract. The article deals with the problems of the national innovation infrastructure formation, and in particular, its communication component. The author evaluates possible causes of the poor communication and their consequences from the point of view of their impact on the innovation processes in the domestic economy. The basic aspects of forming a communication model at the regional innovation system level are analyzed. Particular attention is paid to the use of the modern communication technologies in the process of encouraging innovation activity.

Key words: communication, regional innovation system, innovation infrastructure, 5G-model innovation, communication model, discourse approach to the formation of innovative policy.

В России процессы формирования региональных инновационных систем идут крайне медленно, несмотря на активный теоретический и практический интерес к данной теме. В настоящее время отсутствие взаимодействия и скоординированных решений наблюдается на всех уровнях инновационной деятельности. Россия по-прежнему остается поставщиком ресурсов в международном разделении труда, среди которых не последнее место занимает и интеллектуальный ресурс. Исследователи в области инновационной экономики отмечают, что ключевым фактором активизации инновационной деятельности становится создание и функционирование соответствующей ей инфраструктуры. Общественно признано, что инновация – слишком сложный процесс, чтобы эффективно совершать его в одиночку. Требуется не только наличие слишком разнонаправленных ресурсов, знаний и навыков, но и их координация, состыковка во времени и пространстве. Это задачу и должна решать инновационная инфраструктура.

Анализ существующих подходов в современной литературе [1–4] позволил дать определение, согласно которому «инновационная инфраструктура – это совокупность (комплекс) взаимосвязанных, взаимодополняющих производственно-технических систем, организаций, фирм и соответствующих ор-

ганизационно-управляющих систем, необходимых и достаточных для эффективного осуществления инновационной деятельности и реализации инноваций». Очевидно, что инновационная инфраструктура призвана содействовать функционированию прежде всего инновационных предприятий, а не просто субъектам, занимающимся предпринимательской деятельностью.

В России же из-за отсутствия четкого понимания инновационной деятельности и пока слабо развитого предпринимательского потенциала в регионах инновационная инфраструктура занимается нехарактерными для нее задачами. Основные элементы создаваемой инфраструктуры, бизнес-инкубаторы и технопарки, занимаются поддержкой малого предпринимательства, преимущественно не имеющих отношения к НИОКР и созданию новых технологий. При этом остается открытым вопрос, что относить к инновационным предприятиям и продукции, а также отсутствует адекватная статистическая и аналитическая информация о состоянии инновационной деятельности как отдельных предприятий, так и отечественной экономики в целом.

Современная мировая научная мысль определяет инновацию буквально как «первое использование» новой идеи или подхода. Прошлые исследования имели тенденцию определять инновацию как что-либо новое для данной организации [5]. Когда организация копирует инновации с другой организации, ту организацию нельзя считать инновационной. Исходя из этого, мы не можем относить к инновационному предпринимательству приобретение нового оборудования (технологий) и даже создание имитирующих продуктов, а именно по этим показателям Росстат пока еще оценивает инновационную активность отечественных предприятий. Наличие НИОКР, ведение исследовательской работы является неременным условием отнесения предприятия к инновационным, что позволяет расставить приоритеты в развитии инфраструктуры, главной в которой становится трансформация научного знания, новой идеи в конкурентоспособные продукты, востребованные на мировых и отечественных рынках.

Необходимо признать, что эволюционное изменение понимания инновационной деятельности в мировой практике привело к изменению подходов к ее организации и управлению. Инновационная инфраструктура сама по себе не представляет ценности, если она не соответствует целям инновационной политики государства или отдельного региона. Очевидно, что создание объектов инфраструктуры только ради количества не может быть оправданным без определения задач данных структур, их роли в общей инновационной системе и взаимосвязями с другими субъектами системы. Тем не менее именно такая ситуация наблюдается во многих российских регионах.

В мировой практике инновационный процесс активно развивается на основе 5G-модели (пятого поколения), согласно которой высокая скорость освоения новшества как ключевая характеристика эффективности отдельного бизнес-субъекта и экономики в целом является результатом подхода «стратегии, открытости и взаимодействия» [6–8], в то время как в отечественной экономике пока с определенными трудностями сделаны попытки сменить значительно затянувшийся первый этап, в котором «толчок» обеспечивался государственным финансированием фундаментальных исследований, на модель второго и частично третьего поколения (табл. 1).

Пять поколений инновационного процесса [6, 7]

Поколение	Описание
I. Инициатива со стороны предложения	Наука → Технология → Применение фирмами на рынке
II. Инициатива со стороны рынка	Рыночный спрос → НИОКР → Технология и производство → Продажи
III. Модель состыковки спроса и предложения	Наука и техника → Взаимодействия между НИР, дизайном, операциями, маркетингом и т.д. (все в пределах фирмы) → Выход на рынки
IV. Модель сотрудничества	Наука и техника → Взаимодействия между НИР, дизайном, операциями, маркетингом и т.д. (сотрудничество с клиентами, поставщиками, исследовательскими структурами – за пределами фирмы) → Выход на рынки
V. Модель стратегии, интеграции и открытости	Система взаимодействия со всеми источниками знания

Отчасти задачи, которые выполняет отечественная инфраструктура на данном этапе, являются оправданными – создание инновационного спроса и развитие рынков через развитие малого предпринимательства в традиционных сферах. Это возможно при условии, что малые предприятия сформируют класс инновационно восприимчивых потребителей и сами станут со временем активно включаться в инновационную деятельность. Однако этот процесс может сильно затянуться во времени, лишив отечественную экономику последних шансов выйти полноправным членом на мировой инновационный рынок.

5G-модель не только предполагает, что инновационный процесс осуществляется нелинейно (что характерно для 4G-модели). Главное ее отличие от предыдущих моделей – большая открытость взаимодействия и фактически прозрачность границ между инновационными организациями. Как отмечает Р. Ротвел, впервые описавший 5G-модель в 1994 г., существенным конкурентным преимуществом в экономике нового поколения является качество неофициального информационного обмена во время разработки изделия, включая обмены с поставщиком, которые приводят к процессам быстрого, эффективного и гибкого развития (и производства), что особо ощутимо в высокотехнологичных отраслях [8, с. 27].

Данный подход в значительной степени облегчает обмен информацией и знаниями, но и усложняет управление, требуя активного применения информационных и социальных технологий, новых бизнес-моделей. При этом инновационный процесс глубоко связан с источниками знания и внутри, и снаружи фирмы, что объективно усилило спрос на технологии, облегчающие коммуникации и доступ к новым знаниям. Задача инфраструктуры на данном этапе – создание оптимальных условий для поиска и выработки нового знания, а также его успешной и быстрой трансформации в продукты, позволяющие более эффективно решать проблемы потребителей. В данной связи особое внимание уделяется развитию коммуникативной составляющей инфра-

структуры, ее методологии и инструментария, которые облегчают информационный обмен и управление знанием.

В мировой и отечественной научной литературе по инновационной тематике в настоящее время все активнее поднимается вопрос именно коммуникационного фактора, поскольку «незрелость практики, отсутствие каналов и языка коммуникации между разнородными сообществами, непонимание целей и задач деятельности партнеров, неумение сориентироваться в ситуации и в потребностях друг друга и т.д.» [9] слишком часто препятствуют развитию инновационной деятельности. С этих позиций нельзя не согласиться с точкой зрения тех авторов, которые считают, что коммуникационная компонента должна быть первична в инновационной инфраструктуре, поскольку она создает информационную и коммуникационную основу для формирования инновационной среды.

Усиление роли коммуникационной составляющей предопределено изменившейся природой инновации и, соответственно, ее организацией. Если раньше инновация была преимущественно результатом индивидуального творчества, гения или счастливой случайности, то в настоящее время в большей степени превалирует подход, в котором инновация является результатом хорошо организованного мыслительного процесса нескольких людей, которые в процессе активных коммуникаций (коллабораций) объединяют знания из нескольких направлений и вырабатывают принципиально новое знание, часто на стыке наук. «Ключ к инновации лежит не в Вашей памяти, а в том, как Вы можете найти и получить доступ к соответствующей информации с помощью определенных инструментов» [10].

Практика показывает, что процесс формирования региональных инновационных систем может быть достаточно продолжительным, что связано с необходимостью накопления определенного информационного пула, т.е. критической массы информации, знаний и опыта, на основе которой идет образование инновационных систем, позволяющих решать технологические и социальные проблемы в регионе. «Существует корреляция между людьми, которые развивают больше новаторских идей, с людьми, у которых есть широкий диапазон доступного и соответствующего фонового знания. Эффективное размышление может произойти, если только человек/команда приобретает правильные “критические массы” данных и информации для размышления» [10].

Использование коммуникации как первичного инструмента для развития жизнеспособной инфраструктуры и облегчения управления инновационной деятельностью в настоящее время широко изучается в мировой литературе и предполагает, что коммуникация для развития является «социальным процессом, разработанным для поиска общего понимания среди всех участников инициативы развития и создания основы для совместного функционирования» [11].

Как отмечается в документе Всемирного банка «Установление норм для коммуникации и управления» (Setting Standards for Communication and Governance), коммуникация обеспечивает решающий аналитический инструмент управления в улучшении качества инфраструктуры, чтобы сделать возможным более содержательное и информированное принятие решения во всех стадиях проектного цикла, ведя новое мышление и инновации к со-

зданию жизнеспособной инфраструктуры. Это обусловлено следующими факторами [11]:

- обоснованные решения нуждаются в эффективных стратегиях коммуникации для урегулирования множественных интересов правительственных учреждений, гражданских обществ, частного сектора и бенефициариев;
- инновация появляется из открытых процессов диалога, которые дают право голоса для всех заинтересованных участников и строят согласие по балансированию конкурирующих потребностей в условии обслуживания;
- стратегии коммуникации обеспечивают ключевые сообщения и механизмы для своевременного информационного доступа и обмена, диалога, решения конфликтов и взаимодействия со СМИ, необходимого для мобилизации общественного участия и поддержки проектных решений.

С точки зрения современных неинституционального и сетевого подходов процесс формирования инновационной системы предполагает рассмотрение роли коммуникаций через анализ и использование отношений, которые складываются в процессе создания и распространения инноваций. Как показывает практика, во многих странах, в том числе и в России, создание и развитие инновационных систем активно осуществляется на региональном уровне, где отношения между субъектами и региональная политика определяют специфику инновационного бизнеса. Это связано с тем, что инновационными процессами все сложнее управлять на национальном уровне.

В мировой практике инновационные системы стали результатом длительного социокультурного взаимодействия предпринимательских, административных, образовательных и других организаций внутри географически небольших территорий в Центральной и Западной Европе и в США. Традиционно инициатором взаимодействия являются органы власти, которые через создание и развитие объектов инфраструктуры привлекают региональные субъекты к совместному сотрудничеству. Но иногда коммуникации могут быть инициированы предпринимателями и общественными организациями, создающими различные ассоциации и другие объединения, которые становятся основой инновационной инфраструктуры в регионе.

Необходимость развития региональных инновационных систем определяется важностью создания конкурентного преимущества региона, повышения его инвестиционной привлекательности прежде всего в лице транснациональных корпораций, которые «разбивают цепочки создания добавленной стоимости и размещают отдельные ее элементы там, где находят локальные преимущества» [12]. Но не только. Как показывают исследования [13], транснациональные корпорации часто используют регионы для выкачивания ресурсов и не заинтересованы в его инновационном развитии. Именно поэтому в региональной инновационной системе должны быть созданы условия для развития внутренних инновационных кластеров, в которых сотрудничество региональных организаций замыкает весь цикл трансформации знаний в инновационные продукты.

Примечателен в этом отношении опыт Тексомы, аграрного региона на границе Техаса и Оклахомы (США), где была сформирована двухуровневая коалиция, включающая представителей органов власти, бизнеса, образования, общественных структур, для поиска решения внутренней региональной проблемы – сохранения и развития рабочей силы в регионе. На основе активного

взаимодействия данных представителей в виде встреч, семинаров, мозговых штурмов были выявлены проблемы и проработаны их решения, позволившие создать необходимую инновационную среду [5]. В данном случае коммуникативная составляющая как раз и стала решающим фактором в реализации социальной инновации, которая в дальнейшем явилась толчком для инноваций в отраслевой структуре региона и появления здесь новых технологических решений и продуктов.

К сожалению, необходимо признать, что стратегический ориентир становления инновационной экономики, официально заявленный государством еще в 2002 г., не нашел достаточной поддержки ни среди региональных органов управления, ни среди общественности. Размытое представление понятия инноваций, наряду с его не всегда уместным употреблением, вызывает дезориентацию и отторжение в головах соотечественников. Отсутствие необходимой мотивации не является стимулами осуществления инновационной деятельности для предпринимателей. А государственные финансовые вливания в инновационные программы создают почву для коррупции.

Коммуникационная разобщенность наблюдается на всех уровнях трансформации инновационного знания в новые технологии и продукты. Представители науки, образования, бизнеса, наряду с инвесторами, общественными организациями и органами власти, – все потенциальные участники инновационного процесса – слабо представляют себе свою роль в нем. Как правило, все они варятся в собственном соку, сталкиваясь при взаимодействии с серьезными коммуникационными барьерами, начиная от различий в профессиональном языке, заканчивая отсутствием «площадок» для общения. Определенный отпечаток накладывает длительная отраслевая принадлежность научных организаций и промышленных предприятий, что в значительной мере ограничивает возможности горизонтальных коммуникаций.

Коммуникации всегда были слабым звеном в отечественной экономике. Закрытость информации, наличие грифов секретности, отсутствие разработанных моделей и стандартов коммуникаций – все это в целом не способствовало развитию коммуникативных компетенций российских бизнес-субъектов. Практика показывает, что больших успехов в российском бизнесе достигали те предприниматели, которые умели правильно выстроить коммуникации с ключевыми фигурами. Для основной же части экономически активного населения неясность правил игры, а вернее, отсутствие коммуникационных стандартов становились главным препятствием для их не только инновационной, но даже просто предпринимательской активности. Коммуникативные стандарты предполагают определение ключевых фигур в решении проблем (к кому обратиться), формы коммуникации и типа коммуникации, формы обратной связи (как оценить коммуникацию).

В настоящее время развитие инфраструктуры во многом определяется приоритетами региональных органов власти и ресурсными возможностями региона. Но в целом можно выделить характерный для всех регионов явный пробел в информационно-коммуникационной составляющей инфраструктуры, что проявляется в отсутствии эффективных механизмов, обеспечивающих взаимодействие, обмен информацией и знаниями между субъектами во всей инновационной цепи – от генератора идей через реализующего к потребителю.

Во многом это обусловлено высокой степенью закрытости российских бизнес-субъектов, их неготовностью к открытому представлению информации о себе. Отсутствие четко прописанных бизнес-процессов, стратегии развития как самоидентификации не позволяет структурировать информацию и представлять ее в формате открытого доступа. Важным в проблематике информационного обмена остается вопрос оценки коммерческой ценности информации. Отсутствие разработанных подходов в данном вопросе заставляет субъектов рынка либо полностью закрываться, либо терять прибыль из-за необеспеченной защиты стратегически важных знаний. Недоверие и существенное различие в организационных культурах субъектов регионального бизнес-пространства выступают основными барьерами на пути трансформации знаний в конкурентоспособные инновационные продукты.

Субъекты инфраструктуры – бизнес-инкубаторы, инжиниринговые центры – в определенной степени создаются для решения коммуникационных проблем. Но недостаток профессионалов в области коммуникаций, статистической информации, а в целом недопонимание важности данных проблем тормозит распространение знаний и инновационные процессы. Как свидетельствуют некоторые исследования [9, 14, 15], плохие коммуникации как причины слабой инновационной активности часто даже не отмечаются специалистами и на уровне отдельных фирм, и регионов в целом.

В данном аспекте актуальным является создание эффективных коммуникационных моделей и методик, позволяющих снять противоречия, сформировать основу взаимопонимания и согласования действий между общественными группами, которые имеют не только различные цели, но и отличающееся мировоззрение.

Усиленная роль коммуникаций меняет подходы к формированию инновационной стратегии и политики региона. Как отмечает Г. Шинсток [16], на смену традиционной экспертно-ориентированной концепции приходит так называемый дискурсивный подход, в рамках которого разработка концепции региональной инновационной политики осуществляется на основе постоянного обмена мнениями, информацией между заинтересованными участниками. Развитие и преобразование региональной инновационной системы видится как постоянный процесс развития (совершенствования). «Предполагается, что через взаимодействие с сетями организаций внутри региона инициируется процесс постоянного изучения результатов преобразований, на этом этапе происходит апробация предложенной концепции, что значительно усиливает инновационность региональных участников... Цель состоит в том, чтобы вовлечь большую часть релевантных организаций в процесс продвижения и расширения инновационной деятельности в регионе» [16].

В данной связи на уровне региона должна быть разработана единая коммуникативная политика, целью которой является «сообщить, мобилизовать и вовлечь различные аудитории» в инновационную деятельность, используя при этом широкий диапазон воздействий – от мотивационных мер до штрафных санкций. Эффективная коммуникация в инновационной инфраструктуре, с одной стороны, призвана обеспечить инновационных предпринимателей необходимой информацией для принятия решений и предоставить им возможность регулировать условия для получения необходимых ресурсов. Вовлечение в дискурс максимального числа заинтересованных участников

позволит более четко выявить региональные проблемы и определить ключевые направления региона, которые, возможно, вступят в противоречие с целями, обозначенными органами власти.

Реализация коммуникативной политики предполагает, что в дискурс должны быть вовлечены все ключевые участники региона по основным функциям инновационной деятельности – правовое обеспечение, финансы, учет, маркетинг, продажи, образование и т.п. При этом не имеет серьезного значения, что данные участники не являются специалистами в инновационной сфере. В результате гарантированно быстрого обмена информацией и координации действий не только вырабатываются новые трансотраслевые решения региональных проблем, но и повышается уровень инновационных и коммуникационных компетенций самих участников дискурса.

Другим важным аспектом коммуникативной политики является создание системы индикаторов, информирующей о правильном или неправильном функционировании региональной инновационной системы. Коммуникационная модель должна прежде всего обеспечивать прозрачность отношений, которая ведет к ответственности, необходимой для успешной интеграции в регионе и единого игрового поля, привлекательного для бизнеса [11, с. 10]. Ее приоритетная роль проявляется в виде отдельных инструментов и мероприятий, направленных на распространение информации о новых продуктах, а также получения отчетов об инновационных достижениях.

Система индикаторов коммуникативной политики обеспечивает непрерывный мониторинг на основе эффективной обратной связи, позволяющей сигнализировать о нарушениях в инфраструктуре и признаках коррупции через рейтинги, оценочные листы и горячие линии. Рейтинги позволяют не только выявить лидеров в своем направлении, но и определить лучшие практики осуществления инновационной деятельности, опыт которых является успешным, чтобы в дальнейшем распространить его в других сферах деятельности. Оценочные листы и горячие линии необходимы в большей степени для структур, предоставляющих услуги для инновационных предприятий, чтобы выявить положительный опыт и негативные моменты в работе инфраструктуры. Регулярный мониторинг позволяет выявлять институты и структуры, которые препятствуют инновациям в регионе, и, соответственно, создавать те, которые их поддерживают.

Немаловажное значение имеют общественные пакты о честности (Integrity Pacts for Public Contracting), которые с недавнего времени широко применяются в мировой практике [11, с. 11]. Данные пакты заключаются между представителями органов власти, общественности и бизнеса и включают обязательства не предлагать и не брать взятки, не применять тайных сговоров, сообщать общественности о нарушениях в отношениях между участниками контрактов, а также санкции в случае нарушения обязательств. Это является крайне важным в отечественной инновационной сфере, где, как показывают исследования, инновационная активность субъектов как со стороны предложения, так и спроса во многом тормозится бюрократическими препонами и коррупцией.

В документе Всемирного банка предлагается всесторонний подход к объединению коммуникации в инфраструктуре с укреплением следующих

элементов: 1) разделенное развитие знания; 2) пропаганда; 3) стандартное урегулирование; 4) создание коалиций, сетей и партнерств [11, с. 19]. В отношении инновационной сферы развитие коммуникации предполагает проведение определенных мероприятий и применение специальных инструментов по усилению инфраструктуры (рис. 1).



Рис. 1. Коммуникационные инструменты инновационной инфраструктуры

Возможность формирования устойчивых сетей в инновационной сфере может быть основана на достаточно активном взаимодействии бизнес-субъектов, которое будет эффективным при обеспечении поддержки информационного обмена в виде различных форм связей и образования структур. Данная поддержка должна стимулировать накопление уровня знаний, необходимого для инновационного функционирования экономики, с одной стороны, и способствовать передаче и распространению этих знаний через развитую инфраструктуру – с другой.

Одна из первоочередных проблем, которую необходимо решить при разработке модели коммуникации, – именно создание эффективной сети, которая позволит развить необходимый дискурс. Основными задачами при этом являются:

- определение ключевых фигур в аккумулировании и передаче информации;

– определение координирующих структур и их роли в коммуникативной модели;

– определение каналов коммуникации.

Определение ключевых фигур предполагает выявление субъектов, которые продуцируют знания, а также обладают компетенциями аккумуляции и трансфера знаний, – так называемых коммуникаторов. Необходимо выделять структуры, непосредственно создающие и транслирующие новое знание (научно-исследовательские институты, вузы, другие учреждения образования); институты, которые предоставляют информацию (СМИ, маркетинговые и рекламные агентства); институты, которые урегулируют конфликты и обеспечивают сотрудничество (профессиональные ассоциации, структуры, обеспечивающие правовую поддержку); институты, которые стимулируют инновационную деятельность (венчурные фонды, финансово-кредитные учреждения) [17].

Данные структуры могут обладать различной степенью коммуникативной активности, которая определяется количеством и насыщенностью контактов, степенью влияния и зависимости от других субъектов, что, в свою очередь, зависит от возможности доступа к ключевым ресурсам (информационным, финансовым, технологическим, трудовым). Кроме того, сами по себе данные структуры, как правило, не обладают достаточными лидерскими качествами и необходимыми ресурсами (в том числе и временными), чтобы создать коммуникационную сеть.

В инновационной инфраструктуре ключевая роль должна быть отведена именно координирующим структурам, которые на основе разработанных стандартов призваны обеспечивать коммуникативный аспект взаимодействия, распределяя роли и регулируя отношения участников сети. В условиях инновационного процесса нового поколения (5G) наибольшую ценность приобретают именно услуги координации, которые ускоряют процесс трансляции знаний в новые технологии и обеспечивают их нужное направление [7, с. 8].

Функцию координации могут взять определенные некоммерческие или общественные организации. Как свидетельствует мировая практика, на уровне отдельного региона данную функцию может взять на себя специализированный координирующий центр. Важным фактором его функционирования является доверие к нему всех потенциальных и реальных участников инновационной системы, которое проявляется, с одной стороны, в готовности предоставлять необходимую информацию в общее пользование, а с другой – в заинтересованности и желании использовать информацию, поступающую из центра.

В идеале координирующий центр призван на уровне региона обеспечить решение следующих задач:

- 1) определение направлений развития, разработка стратегий региона;
- 2) обеспечение процесса «инновационного контроллинга» на основе систематического сбора информации и формирования баз данных;
- 3) сравнительный анализ деятельности инновационных предприятий с помощью системы рейтингов, позволяющий им оценить свое конкурентное положение и определить ориентиры развития;
- 4) создание информационной среды, обеспечивающей «инноваторов» необходимой профессиональной информацией через коммуникационные инструменты.

- 5) обеспечение необходимого обмена знаниями с помощью информационных технологий, площадок общения (включая семинары, конференции);
- 6) предоставление анализа и публичной отчетности «инновационной сферы» региона области;
- 7) проведение экспертизы, аттестации кадров и управления качеством;
- 8) разработка и внедрение обучающих технологий в сфере инновационного менеджмента, управления знаниями;
- 9) координация инновационных проектов от первой стадии («генерации идеи») до этапа входа компании на рынок с самостоятельным продуктом;
- 10) управление социальными процессами, требующими инфраструктурной, сетевой и институциональной поддержки;
- 11) продвижение инновационных компаний, их продуктов и идей внутри региональной инновационной системы и за ее пределами.

В качестве коммуникационных каналов инновационной сети целесообразно использовать современные информационные технологии, которые предоставляют возможности создания «площадок» для оперативного обмена данными и аккумулирования знаний. К наиболее активным инструментам, позволяющим получать информацию об инновационных возможностях и обеспечивать коммуникации среди участников инновационной деятельности, являются: Wikis, которые позволяют пользователям добавлять и редактировать содержание всем вместе и предусматривать возможные системы управления знанием; блоги, которые являются диалоговыми сетевыми журналами, содержащими комментарии или новости на конкретную тему, а также выполняющие функцию личных онлайн-дневников; поисковые системы (Google, Yandex и др.), позволяющие вести поиск по ключевым словам; веб-конференции, веб-семинары, социальные сети и т.п.

Площадки, созданные с помощью данных инструментов, представляют собой гибкие сетевые структуры, как правило, социальные институты, участники которых определяют не только общественное сознание, но и новые ориентиры развития. Облегченное сотрудничество помогает людям понять различные нюансы сложных систем, структурируя процесс инновации способом, который охватывает все возможные факторы, а не только очевидные или удобные. Тщательно разработанные совместные процессы приводят к гораздо более всесторонним решениям за меньшее время. Такие структуры свободны как от коррупции, так и от ограничений корпоративной культуры, поэтому оказываются более способными к генерации и реализации новых идей, а созданный на их основе бизнес быстро трансформируется и адаптируется к требованиям рынка за счет возможности привлекать необходимые ресурсы на основе имеющейся информации.

Список литературы

1. **Андреев, Ю. Н.** Вопросы совершенствования инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, включая развитие ее взаимодействия с производственным сектором / Ю. Н. Андреев, Е. С. Булгакова. – URL: <http://regions.extech.ru/publication/index.php>

2. **Исмаилов, Т. А.** Инновационная экономика – стратегическое направление развития России в XXI веке / Т. А. Исмаилов, Г. С. Гамидов // *Инновации*. – 2003. – № 1.
3. **Уланова, Ж. Ю.** Развитие инновационной инфраструктуры как фактора экономического роста : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Уланова Ж. Ю. – Самара : Изд-во СГЭУ, 2006.
4. **Шепелев, Г. В.** Проблемы развития инновационной инфраструктуры / Г. В. Шепелев. – URL: http://regions.extech.ru/left_menu/shepelev.php
5. **Bland Travis.** Enhancing Public Sector Innovation: Examining the Network-Innovation Relationship / Bland Travis [et al.] // *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*. – 2010. – Vol. 15 (3), article 3.
6. **Kripanidhi, S. M.** 5G-Model for Stakeholder Value Engineering / S. M. Kripanidhi ; Binary Essentials Consulting. – URL: <http://www.binaryessentials.com>
7. **Morrison, K.** Nudging innovation. Fifth generation innovation, behavioural constraints, and the role of creative business – considerations for the NESTA innovation vouchers pilot : Report conducted for the National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), 23 April 2009 / K. Morrison, J. Potts. – URL: <http://nesta.org.uk>
8. **Rothwell Roy.** Towards the Fifth-generation Innovation Process / Rothwell Roy // *International Marketing Review*. – 1994. – Vol. 11, № 1. – P. 7–31.
9. **Кузнецов, Е. Б.** Коммуникации в сфере инноваций. К вопросу концептуализации мировой и российской практики / Е. Б. Кузнецов, А. Б. Лапшов // *Медиа-скоп : электронный научный журнал факультета журналистики МГУ*. – 2011. – Вып. 1. – URL: <http://Mediascope.ru>
10. **Heindl, Dennis J.** Innovation Infrastructure: Systems approach to building an innovation organization / Dennis J. Heindl. – URL: <http://innovationtools.com>
11. **Haas, Lawrence J. M.** Setting Standards for Communication and Governance / J. M. Lawrence Haas, O'Leonardo Mazzei, Donal Leary // *World Bankworking Paper*. – 2007. – № 121. – URL: <http://www.worldbank.org/elibrary>
12. **Хмелевский, С. В.** Каковы инновационные системы в России? / С. В. Хмелевский. – URL: <http://innosys.spb.ru> (дата обращения: 23.08.11).
13. **Susan, C.** Power in Firm Networks: What it Means for Regional Innovation Systems / C. Susan, C. Jennifer // *The Innovation Journal. Regional Studies*. – 2007. – Vol. 41.9. – P. 1223–1236.
14. **Фирсанова, О. В.** Формирование механизма коммуникативного взаимодействия субъектов рынка в инновационной деятельности / О. В. Фирсанова // *Инновации*. – 2003. – № 3.
15. **Шерстобитова, Т. И.** Модель коммуникационного обеспечения процессов формирования и развития региональных инновационных систем / Т. И. Шерстобитова // *НЭП – XXI век. Наука. Экономика. Промышленность*. – 2006. – № 1.
16. **Шинсток, Г.** Методология разработки инновационной стратегии региона на основе дискурсивного подхода / Г. Шинсток. – URL: <http://innosys.spb.ru> (дата обращения: 23.08.11).
17. **Edquist, C.** Systems of innovation: Technologies, institutions and organizations / C. Edquist. – Washington : Pinter, 1997.

Саломатин Алексей Юрьевич

доктор юридических наук,
доктор исторических наук, профессор,
заведующий кафедрой теории
государства и права и политологии,
руководитель Центра сравнительно-
правовой политики, Пензенский
государственный университет,
действительный член Академии
политической науки

E-mail: valeriya-zinovev@mail.ru

Salomatin Aleksey Yuryevich

Doctor of juridical sciences,
doctor of historical sciences, professor,
head of sub-department of state and law
theory and political science, director
of the Center of Comparative Legal Policy,
Penza State University, full member
of the Academy of Political Sciences

Шерстобитова Татьяна Ивановна

кандидат экономических наук, доцент,
кафедра маркетинга, коммерции и сферы
обслуживания, Пензенский
государственный университет

E-mail: Tat13392520@yandex.ru

Sherstobitova Tatyana Ivanovna

Candidate of economic sciences, associate
professor, sub-department of marketing,
commerce and service sector,
Penza State University

УДК 338.49

Саломатин, А. Ю.

Роль коммуникационной составляющей в инфраструктуре региональных инновационных систем / А. Ю. Саломатин, Т. И. Шерстобитова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2011. – № 4 (20). – С. 156–168.