

УДК 330.341.1

І. В. Яцишина,

д. е. н., доцент, декан економічного факультету, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський

ТРАНСФОРМУВАННЯ ФУНКЦІЙ СУБ'ЄКТІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

I. Yashchyshyna,

Doctor of Sciences (Economic), Associate professor,

Dean of the Faculty of Economics Ivan Ohienko Kamjanets-Podilsky National University, Kamjanets-Podilsky

THE TRANSFORM FUNCTIONS ACTORS OF THE INNOVATION PROCESS

Аналізуються функції суб'єктів інноваційного процесу на різних етапах його реалізації. Визначено соціальні характеристики моделей інноваційного процесу (лінійної, ринкової, інтегрованої та нелінійної). Виявлено основні напрями трансформації функцій суб'єктів інноваційного процесу в умовах переходу до нелінійних взаємозв'язків між учасниками інноваційної діяльності. Нелінійна модель передбачає не лише орієнтацію інновацій на споживчий попит, ще й синтез різних видів нововведень (технічних, технологічних, організаційних, управлінських, соціальних) упродовж всього інноваційного процесу, тобто інноваційний процес первинної інновації (товару, послуги) супроводжується масою вторинних інноваційних процесів, спрямованих на вдосконалення товару чи послуги, а також технологічних особливостей його створення, пакування, методів продажу, способів розрахунку та доставки. Фактично самі користувачі (споживачі) інновацій часто пропонують не лише окремі покращення до товару або послуги, а й шляхи технічного або технологічного вирішення запропонованої новації, тобто вони виконують одночасно функції і творця, і замовника, і виконавця, і користувача-споживача інновації.

The functions of the subjects of the innovation process at different stages of its implementation have been analyzed. Social characteristics of the innovation process models (linear, market, integrated and non-linear) have been defined. The main directions of transformation functions at subjects of the innovation process in the transition to a non-linear relationships between innovation stakeholders have been revealed. The orientation of the innovation not only on consumer demand, but also the synthesis of different types of innovations (technical, technological, organizational, managerial, social) throughout the innovation process nonlinear model have been included, the primary innovation process innovations (goods and services) is accompanied by a many of secondary innovation processes for improving the product or service, and the technological features of its creation, packaging, sales techniques, methods of calculation and delivery. In fact, the users (consumers) innovations often offer not only the individual to improve the product or service, but also the way of technical or technological solutions innovations, they perform all functions: the creator, the customer, the performer, and user innovation.

*Ключові слова: інноваційна економіка, інноваційний процес, функції суб'єктів інноваційного процесу.
Key words: innovative economy, innovative process, functions actors in the innovation process.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Науково-технологічний розвиток національної економіки визначається дієвістю низки чинників, серед яких суттєвої ваги набирають соціальні, дослідження останніх здійснюються з де більшого в напрямку виокремлення функцій учасників інноваційного процесу. Однак в умовах інноваційної економіки відбувається модифікація функціональних ролей суб'єктів інноваційної діяльності, що залишаються до кінця не вивченими.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналізуючи соціальні умови інноваційної діяльності, можна виокремити: соціальні умови процесів створення (розробки) нововведення; впровадження інновації; реалізації інноваційної продукції. На всіх етапах інноваційного процесу задіяні різні суб'єкти, які виконують певні функції.

Об'єктивну основу виникнення нововведень становлять нові потреби, які формуються в певних сферах людської діяльності на рівні окремої людини, підприємства чи суспільства загалом і котрі не можуть бути задоволені наявними методами чи результатами діяльності. Надалі ці потреби або залишаються незадоволеними, що

призводить до депресії, а то й кризи відповідних галузей суспільного буття, а то й суспільства в цілому, або задовольняють за допомогою конструювання нових, адекватних цим потребам способів і результатів, тобто завдяки інноваційній діяльності. Інноваційна діяльність, що спрямована на більш повне задоволення зростаючих та мінливих потреб людей, становить суть інновацій. Варто погодитись із М. Лапіним: "нововведення є проявом інноваційної діяльності людей, формою її організації для цілеспрямованого задоволення потреб, які змінюються під впливом закономірного розвитку суспільства" [1, с. 45.]

Соціологи [2, 3] відзначають, що інноваційний розвиток економіки сприяв розповсюдженню нової моделі людини — homo creativus, людини творчої. Ідею творчої людини розвиває відомий російський економіст і соціолог В. Іноземцев. У одній зі своїх робіт він підкреслює: "Творчість — це принципово новий тип людської активності, вона не є елементом економічної організації, яка домінувала впродовж тисячоліть. Творча активність не створює ринкових благ, вона не породжує до життя ринкові принципи розподілу, оскільки метою творця є не уречевлене благо, а розвиток власної особистості. Творча активність не може піддаватись експлуатації, бо відчуження матеріальних і нематеріальних продуктів

Таблиця 1. Соціально-економічні функції суб'єктів інноваційного процесу

Етап інноваційного процесу	Дійові особи	Функції
Створення	творці	відкриття, винахід ідеї; підготовка ідеї до реалізації
Виробництво	інвестори, замовники	персоніфікація потреби у інновації; матеріалізація її у грошових коштах
	працівники організацій, які впроваджують інновації	сприяння (супротив) інновації
Споживання	споживачі, користувачі	формування соціального замовлення на інновацію

Складено автором за джерелами [1, с. 45; 2, с. 82-86].

такої діяльності, якщо навіть воно має місце, не вступає у протиріччя із основною ціллю творця — його самовдосконаленням. Перехід від праці до творчої активності є найбільш фундаментальною зміною сучасного суспільства" [4]. Відомий дослідник технічної творчості Дж. Джонс писав: "Для винайдення будь-чого нового і для його використання потрібно змінити не тільки будинок (або своє) оточення, а й змінити самого себе і спосіб свого сприйняття і, можливо, навіть дещо змінити й саму реальну дійсність" [2, с. 87]. Найбільш суттєвим результатом творчості є не тільки створення оригінальних матеріальних/нематеріальних об'єктів, які раніше не існували, а й перетворення самого суб'єкта творчості, його внутрішнього світу. І тут уже причинно-наслідкові зв'язки "соціальні чинники — інновації — соціальні наслідки" настільки переплітаються, що виявити які з них є першопрчиною, а які наслідком досить складно [5].

Аналізуючи соціальну базу інновацій А. Пригожин визначає центральною проблемою людини, суб'єкта інноваційної діяльності, яка створює особливий соціальний простір, що зрештою і визначає хід інноваційного розвитку, його вектор та результат. Автор пропонує групувати структуру контингенту інноваторів, виокремлюючи в ній творців і реалізаторів; професіоналів і суб'єктів самодіяльної творчості. Позиційний аналіз дає можливість виявити бар'єри, які перешкоджають впровадженню інновації, і уточнити специфіку відношення до нововведення різних груп інноваторів. А. Пригожин описує ініціативне відношення до інновації у розробників, сприяюче — в організаторів, проектувальників, користувачів і протидіюче — у виробників [6].

Ідея особливої ролі "творців" в умовах постіндустріального суспільства належить Е. Тофлеру [7], який складаючи прогнозні оцінки розвитку суспільства, висловив тезу про ймовірну зміну його соціальної структури, основу якої складуть два класи: один представлений активними творчими людьми з високою інтенсивністю і продуктивністю професійної діяльності; другий — пасивними людьми з низьким рівнем ефективності, соціального становища і здатності до змін. Новий вид соціальної стратифікації населення є, на нашу думку, наслідком інноваційного розвитку економіки. Особисті якості інноваційної та традиційної особистостей описав Е. Хаген, визначивши, що інноваційна особистість з'являється у особливих умовах, котрі він називає "виходом за границі статусу", що виникають в умовах відкритої соціальної мобільності [1, с. 58].

Розвиває ідею особливої ролі творців Ю. Корчагін, прибічник теорії людського капіталу, який стверджує, що саме наявність відповідного людського капіталу, зростання його величини та якості було рушійною силою інноваційного розвит-

ку [8]. Особливого значення у процесах розвитку набували ментальність та культура народу — база формування етики праці, підприємництва, основа якості праці; вагомі складові накопиченого народом національного людського капіталу як головного інтенсивного чинника розвитку і генератора інновацій. Іншим суттєвим чинником формування людського капіталу є освіта, її якість, поширення, доступність та відповідність потребам інноваційної економіки.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІЩЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

На сьогодні питання соціальної значимості інновацій, наслідків інноваційного процесу для суспільства майже не вивчені. Фактично відсутні дослідження соціальної ефективності науково-технологічного розвитку національної економіки. Враховуючи багатогранність виявленої проблеми стає очевидним, що вивчення її потребує комплексного підходу та застосування різних методів дослідження.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті полягає у визначенні значимості інноваційного розвитку економіки у соціальному зростанні України за допомогою методу експертного опитування.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Зростання значущості соціальних чинників у науково-технологічній діяльності можна прослідкувати за динамікою розвитку моделей інноваційного процесу.

Першу модель можна умовно назвати моделлю пропозиції, адже вона орієнтована на пропонування і впровадження наукової ідеї в кінцевий продукт, який априорі потрібен кінцевому споживачу — державі, бізнесу або окремій людині. Комерційний успіх не обов'язковий, головне — реалізація ідеї. Вцій моделі основний акцент соціалізації спрямований на вхідні параметри, тобто формування соціальних умов інноваційного розвитку. Розширення державного фінансування наукового знання здійснює двоякий вплив на суспільний добробут, з одного боку, збільшенням його за рахунок нарощування виробництва суспільних благ, а з іншого — зменшенням через втрати економічної ефективності.

Таблиця 2. Динаміка соціальних аспектів інновацій у моделях інноваційного процесу

№ з/п	Назва моделі	Час появи	Соціальні характеристики
1.	Лінійна	50-60 рр. XX ст.	<ul style="list-style-type: none"> - спрямованість на розвиток фундаментальної науки, а отже отримання нового знання, яке за своєю суттю є суспільним благом; - залучення до інноваційного процесу значної кількості інтелектуальних працівників; - достатнє фінансування всього процесу; - відірваність від споживача.
2.	Лінійна ринкова модель	70-ті рр. XX ст., К. Фрімен	<ul style="list-style-type: none"> - орієнтація на потреби споживача; - залежність економічної ефективності від задоволення попиту споживача.
3.	Інтегрована модель і	друга половина 80-х рр. XX ст., Р. Росвелл	<ul style="list-style-type: none"> - орієнтація на потреби суспільства і ринку; - взаємозв'язок соціальних потреб та технологічних можливостей їх реалізації; - розширення кола суб'єктів процесу та їх соціальних функцій через перехід від послідовної до паралельної реалізації етапів інноваційного процесу.
4.	Нелінійна інтегрована модель	кінець 90-х рр. XX ст., А. Динкін	<ul style="list-style-type: none"> - поєднання наукових та ринкових досліджень; - принцип паралельної діяльності, що веде до зростання зайнятості через збільшення кількості дослідників; - зростання кількості міждисциплінарних досліджень; - широке розповсюдження НДДКР у сферу нематеріального виробництва

Друга модель формується під тиском попиту, на цьому етапі загострюється протиріччя між економічною ефективністю та соціальною спрямованістю інновацій. Адже тут відбувається перенесення центру тяжіння інноваційного процесу з виробництва суспільних благ на виробництво індивідуальних благ. Ринкова орієнтація інноваційного процесу на прибутковість призводить до: скорочення сектора фундаментальних досліджень; пріоритетності інновацій, які супроводжуються передусім меншими витратами, а не спрямовані на максимальне задоволення споживача; переважання економічних цілей над соціальними.

У результаті, на нашу думку, змінюється суспільний добробут, створений інноваційним процесом, і ці зміни викликані двома протилежно спрямованими явищами. По-перше, відбувається зростання суспільного добробуту за рахунок збільшення надлишку споживача від зростання кількості задоволених масовим виробництвом індивідуальних потреб та нарощування надлишку виробника від збільшення кількості продаж інноваційної продукції. По-друге, із згортанням сектора фундаментальних досліджень зменшуються обсяги виробленого нового знання, тобто суспільного загальнодоступного блага. Загальний напрям змін обсягу суспільного добробуту залежатиме від того, яке із двох явищ переважатиме. Фактично визначене нами протиріччя залишається не розв'язаним дотепер.

Неможливість опису різних проявів інноваційного процесу в межах лінійної моделі змусило дослідників у кінці ХХ ст. звернутися до розробки різних нелінійних моделей, в яких передусім зростає значення соціальної складової інноваційної діяльності. Основний принцип їх побудови пов'язує взаємодію інноваційного процесу із зовнішнім середовищем, а також встановленням численних зворотних і паралельних зв'язків між зростаючою кількістю учасників.

Третя модель ув'язує чинники попиту та пропозиції інноваційної діяльності на основі зростаючого взаємозв'язку суспільних потреб і технологічних можливостей їх задоволення, що веде до урівноваження, зменшення амплітуди коливання позитивно та негативно діючих на суспільний добробут чинників. Інтегрована модель інноваційного процесу, започаткувала перехід від розгляду інноваційного процесу як переважно послідовного до розуміння інновації як паралельного процесу, що включає одночасно елементи НДДКР, розробки зразків, виробництва і т. ін.

Четверта модель розширює поле наукових досліджень й уможливає принцип паралельної діяльності, тобто одночасної роботи над ідеєю декількох міждисциплінарних груп спеціально підготовлених фахівців, що є представниками дослідних, маркетингових, виробничих та сервісних підрозділів. Особливого розповсюдження така модель знає у сфері послуг — торгівлі, страхуванні, фінансових послугах, виробництві програмних продуктів, освіті тощо. Багатоваріантність появи новаторських рішень зумовлює схильність інноваційних ланцюгів до невпорядкованості.

Дослідники [9] відмічають тенденцію зростання внеску в сучасний інноваційний процес соціальних структур. Джерелом інновацій усе частіше слугує повсякденний досвід інженерів, торгових агентів, інших найманих працівників, безпосередніх споживачів. Поява нововведень, які надходять зі сфери виробництва, збуту та споживання більш характерна для систем із розвинутими взаємозв'язками між економічними агентами, і саме там не тільки виникає нелінійна модель інноваційного процесу, модель багатьох джерел інновацій, вона постійно розвивається і ускладнюється. Адже ця модель передбачає, крім орієнтації інновацій на споживчий попит, ще й синтез різних видів нововведень (технічних, технологічних, організаційних, управлінських, соціальних) упродовж всього інноваційного процесу, тобто інноваційний процес первинної інновації (товару, послуги) супроводжується масою вторинних інноваційних процесів, спрямованих на вдосконалення товару чи послуги, а також технологічних особливостей його створення, пакування, методів продажу, способів розрахунку та доставки тощо.

Важливим напрямом соціальних змін, що відбуваються під впливом формування та розвитку інноваційної еконо-

міки, є трансформація взаємовідносин "інновації-споживач". Варто виділити декілька аспектів таких змін: зміна функціональної ролі споживача; модифікація поведінки споживача.

У умовах інноваційної економіки роль споживача знає змін від переважно пасивної до більш активної. Фактично можна говорити про формування можливостей для відносин нового типу "споживач для споживача" та "споживач для бізнесу" поряд із традиційними "бізнес для споживача" і "бізнес для бізнесу", коли споживач сам впливає на інноваційний процес через свої пропозиції щодо вдосконалення товару, покращення його окремих характеристик, методів продажу та розрахунків.

Визнання споживача значущим джерелом інноваційних ідей призвело до того, що на дисперсних ринках споживчих товарів виробники здійснюють постійний моніторинг споживчих переваг. Дослідники [10] відзначають, що біля 80% нововведень у виробництві наукових приборів, а також технологічних приборів для виробництва напівпровідників створені споживачами. Значно сприяє інноваційній активності споживача те, що з переходом до інноваційної економіки модифікується його функція, і він стає користувачем новітнього блага, а не споживачем в класичному розумінні. Користувачі — це фірми або окремі індивіди, які отримують вигоду від використання розробки, товару або послуги. Емпіричні дослідження Гарвардської бізнес-школи показують, що значна частка користувачів — від 10% до майже 40% — займаються модифікацією або розробкою використуваних ними продуктів. Такі результати виявлені при дослідженні споживання декількох промислових товарів та товарів широкого вжитку у Великобританії, Канаді та Нідерландах. При цьому інноватори часто безкорисно діляться інформацією і не дотримуються прав власності на інтелектуальні продукти не тільки тому, що на практиці досить складно ефективно захистити більшу частину інновацій за допомогою секретності або прав інтелектуальної власності, а й тому, що інноватор отримує від такого безкоштовного розкриття інформації суттєву особисту вигоду. Дослідження онлайн-ових проектів із розробки вільно доступного програмного забезпечення засвідчують, що середня кількість учасників проекту становила 9, при цьому 7 із них були користувачами. До того ж, 24% із 364 фірм-користувачів високотехнологічного обладнання для середнього та малого бізнесу в різних галузях отримували допомогу в своїх НДДКР від інших користувачів того ж обладнання [10]. Новатори, котрі вільно розкривають свої розробки часто стикаються із тим, що саме користувачі пропонують удосконалення для покращення новації, що є взаємовигідним. При цьому користувачі отримують більш удосконалений продукт практично безкоштовно, а фірми-розробники мають можливість покращити репутацію, швидше розповсюдити інновацію, охопити нею більшу кількість користувачів, скористатись послугами будь-якого постачальника безкоштовних інновацій, що, зазвичай, є менш затратним, ніж розробка своїми силами. Цей аспект інноваційної діяльності отримав навіть назву — "інновації, створені споживачами" (user driven innovation). Серед країн, у яких споживачі активно впроваджують інновації, називають Данію та Фінляндію. Для стимулювання процесу створення інновацій користувачами, виробники здійснюють спеціальні заходи із залучення споживачів у інноваційний процес, активніше вивчають їх попит (до прикладу через "живі лабораторії"), поширюють інформацію про користь інновацій, запропонуваних людьми, підтримують відкриті соціальні мережі тощо [11].

Зміна функціональної ролі споживача зумовлена тим, що відкрита інновація є неконкурентним благом, яке характеризується позитивним зовнішнім ефектом, адже кожен користувач отримує сповна її користисть і вартість, витративши лише частину загальних коштів на її розробку. Вільно доступна інновація стає суспільним благом, при цьому зростає суспільний добробут, адже має місце одночасне збільшення вигоди користувача-споживача і виробника.

До того ж, зміни в поведінці споживача, його освіти, рівні його доходів, а отже, і у формуванні попиту на нові товари, є не тільки причиною, а й наслідком розвитку інноваційної економіки. Інноваційний процес залежний від споживача та його попиту, однак він впливає і на самого споживача, змушуючи його самовдосконалюватися та розвиватися для освоєння новітніх товарів, які стають буденними. При чому швидкість появи нових товарів та переходу їх у категорію традиційних настільки висока, що споживач змушений повсякчас чомусь навчатись. Знання стають складовою частиною товарів, виробництва, послуг і розваг, тому завод, офіс і дім перетворюються на навчальні заклади [9, с. 35—36]. Дедалі частіше інтерактивні засоби навчання вбудовують у товари, тому користування ними передбачає навчання. Сучасні інформаційні технології та їх продукти надають людині нові можливості та відкривають нові горизонти для розвитку особистості. Результати досліджень Міністерства торгівлі США засвідчили: радіо знадобилось 30 років, щоб досягти аудиторії в 50 мільйонів осіб, телебаченню — 13 років, Інтернету — лише 4 роки [12]. Нові медіа вимагають від людей не лише модифікації чогось вже наявного в них, але вироблення цілком нових якостей — високого рівня абстрактного мислення, швидкості реакції, готовності до постійного підвищення рівня освіти. Згадані вимоги стосуються не тільки окремих індивідів, але й груп усіх рівнів, а також способів їх взаємодії. Навчити споживача пред'являти запити освіченої людини щодо нових технологій і нових суспільних стосунків так само важливо, як і просто задовольняти його вимоги.

Таким чином, розвиток економіки, що базується на інноваціях, призводить до того, що чітке закріплення функціональних ролей за суб'єктами інноваційного процесу розмивається, фактично самі користувачі (споживачі) інновацій стають їх творцями. Вони часто пропонують не лише окремі покращення до товару або послуги, а й шляхи технічного або технологічного вирішення запропонованої новації, виступаючи одночасно і творцем, і замовником, і виконавцем, і користувачем-споживачем інновації. Саме тому в Інноваційній стратегії ОЕСР [13] одним із найважливіших аспектів інноваційного розвитку країн визнана освіта споживачів інновацій, громадян та компаній, що стають активними учасниками інноваційного процесу.

ВИСНОВКИ

Отже, становлення і розвиток інноваційної економіки залежні від соціальних чинників, зокрема різних суб'єктів інноваційної діяльності, соціально-економічні функції яких в умовах нелінійного інноваційного процесу трансформуються. Особливих змін зазнає функціональна роль споживача-користувача, який стає ще й творцем, експериментатором, інноватором. Поява нових функцій суб'єктів інноваційного процесу потребує подальших соціально-економічних досліджень.

Література:

1. Лапин Н.И. Теория и практика инноватики: учеб. пособие. / Н.И. Лапин. — М.: Университетская книга: Логос, 2008. — 328 с.
2. Карпова Ю.А. Инновации, интеллект, образование: монография / Ю.А. Карпова. — М.: Изд-во МГУА, 1998. — 315 с.
3. Суименко Е.И. Homo economicus современной Украины. Поведенческий аспект / Е.И. Суименко, Т.О. Ефременко. — К.: Вид-во Ін-ту соціології НАН України, 2004. — С. 15.
4. Иноземцев В.А. За десять лет. К концепции постэкономического общества / В.А. Иноземцев. — М.: Academia, 1998. — С. 278—279.
5. Яцишина И.В. Инновационный труд в экономике знаний / И.В. Яцишина // Социология инноватики: Человек в инновационном мире: докл. и выступления III Междунар. конф. по социологии инноватики, 26—27 ноября 2009 г. — М.: Гос. образовательное учрежд. высш. проф. образования "Рос. гос. ин-т интеллект. собственности" (ГОУ ВПО РГИИС), 2010. — Т. 3. — С. 111—114.

6. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) / А.И. Пригожин. — М.: Политиздат, 1989. — 232 с.
7. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М.: Издательство АСТ, 1999. — 261 с.
8. Корчагин Ю. Циклы развития человеческого капитала как драйверы инновационных волн [Электронный ресурс] / Ю. Корчагин. — Режим доступа: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=1&page=70>
9. Шевчук О. Е-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути / О. Шевчук, А. Голобуцький. — К.: Атлант UMS, 2001. — 73 с.
10. Carlis Y. Baldwin, Eric von Hippel Modeling a Paradigm Shift: From Producer Innovation to Open User and Collaborative Innovation [Electronic resource] / Y. Carlis. — URL: <http://www.lab321.ru/paradigm-shift>
11. Проскуракова Л.Н. Социальные аспекты инновационной деятельности ОЭСР / Лиана Николаевна Проскуракова // Вестник международных организаций. — 2010. — № 1. — С. 27—32.
12. Кочетов А.Н. Влияние Интернета на развитие общества / А.Н. Кочетов // Мир Internet. — 2008. — № 6. — С. 14—20.
13. The OECD Innovation Strategy: Draft Policy Principles. 30 September [Electronic resource]. — Paris: OECD, 2009. — URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/51/28/45326349.pdf/>

References:

1. Lapin, N.I. (2008), *Teorija i praktika innovatiki* [Theory and practice of innovation], Universitetskaja kniga: Logos, Moscow, Russia.
2. Karpova, Ju.A. (1998), *Innovacii, intellekt, obrazovanie* [Innovation, intelligence, education], Izd-vo MGUA, Moscow, Russia.
3. Suimenko, E.I. and Efremenko, T.O. (2004), *Homo economicus sovremennoj Ukrainy. Povedencheskij aspekt* [Homo economicus of the modern Ukraine: behavioral aspects], Vid-vo In-tu sociologii NAN Ukraïni, Kyiv, Ukraine.
4. Inozemcev, V.L. (1998), *Za desjat' let. K koncepcii postjekonomicheskogo obshhestva* [For ten years. To the concept of post-economic society], Academia, Moscow, Russia.
5. Yashhyshyna, I.V. (2010), "Innovacionnyj trud v jekonomike znaniy", *Sociologija innovatiki : Chelovek v innovacionnom mire : dokady* [Sociology of Innovation: man in the innovations world: Conference Proceedings of the International Conference], III Mezhdunarodnaya konferentsiya po sociologii innovatiki [III International Conference on the Sociology of Innovation], State Institute of Intellectual Property, vol. 3, Moscow, Russia, pp. 111—114.
6. Prigozhin, A.I. (1989), *Novovvedeniya: stimuly i prepjatstvija (social'nye problemy innovatiki)* [Innovation: Incentives and obstacles (social problems of innovation)], Politizdat, Moscow, Russia.
7. Toffler, E. (1999), *Tret'ja volna* [The Third Wave], Izdatel'stvo AST, Moscow, Russia.
8. Korchagin, Ju. (2011), "Cikly razvitija chelovecheskogo kapitala kak drajvery innovacionnyh voln", available at: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=1&page=70> (Accessed 4 February 2015).
9. Shevchuk, O. (2001) *E-Ukraine. Informacijne suspil'stvo: buti чи ne buti* [Information society: to be or not to be] Atlant UMS, Kyiv, Ukraine.
10. Carlis, Y. Baldwin and Eric, von Hippel (2012) "Modeling a Paradigm Shift: From Producer Innovation to Open User and Collaborative Innovation" available at: <http://www.lab321.ru/paradigm-shift> (Accessed 4 February 2015).
11. Proskurjakova, L.N. (2010), "Social'nye aspekty innovacionnoj dejatel'nosti OESR", *Vestnik mezhdunarodnyh organizacij*, vol. 1, pp. 27—32.
12. Kochetov, A.N. (2008), "Vlijanie Interneta na razvitie obshhestva", *Mir Internet*, vol. 6, pp. 14—20.
13. OECD (2009), "The OECD Innovation Strategy: Draft Policy Principles", available at: <http://www.oecd.org/dataoecd/51/28/45326349.pdf/> (Accessed 4 February 2015).

Стаття надійшла до редакції 27.01.2015 р.