

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ФК «ЗЕНИТ»: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Исследовательская программа инновационной природы развития ФК «Зенит» (Санкт-Петербург) включает в себя три аспекта. Первый аспект предполагает анализ содержания концепта «инновация». Второй — ориентирован на раскрытие контекстов инновационного развития на уровне общества. Третий — направлен на изучение инновационного развития на уровне организации. Это позволяет выявить фазы и индикаторы измерения инновационного развития футбольного клуба.

Ключевые слова: инновация, инновационное развитие, футбольный клуб, фаза инновационного развития, индикаторы измерения инновационного развития.

M. Mitrofanov

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF FC ZENITH: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

The research of the innovative nature of FC Zenith's development involves three aspects. The first aspect implies an analysis of the concept "innovation". The second one explores the contexts of innovative development at the societal level. The third aspect identifies the phases of innovative development at the organization level. This allows to identify the phases and the indicators of measuring of the innovative development of the football club.

Keywords: innovation, innovative development, football club, phase of innovative development, indicators of measuring of innovative development.

Исследовательская программа инновационной природы развития ФК «Зенит» (Санкт-Петербург) включает несколько аспектов. Первый аспект предполагает анализ содержания концепта «инновация». Второй — ориентирован на раскрытие контекстов инновационного развития на уровне общества. Третий включает контексты инновационного развития на уровне организации.

Обратимся к анализу содержания концепта «инновация». Впервые концепт «инновация» получил научное обоснование в работе австрийского социолога Йозефа Шумпетера «Теория экономического развития» (1911). В отечественной социологии существует несколько подходов к определению концепта «инновация». С позиций социально-философского подхода К. С. Пигрова, «инновация может быть проанализирована как деятельность, производящая новые и значимые идеи» [8, с. 13]. В. Л. Романов придерживается расширительной трактовки термина. Он считает, что «инновация представляет

собой: 1) любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего инноватор или его компания получают преимущество перед конкурентами; 2) конечный результат инновационной деятельности, получившей реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса в практической деятельности; 3) магистральный путь, обеспечивающий постоянный рост и процветание компании» [11]. Г. Г. Азгольдов и А. В. Костин придерживаются технократического подхода к определению концепта «инновация». Они считают, что инновация — это нововведение в любой сфере человеческой деятельности, представляющие собой процесс (или результат процесса) и направленные на необходимое и достаточное выполнение конкретных условий [1, с. 36].

Анализ социально-философского и расширительного определений свидетельствует о том, что любое социальное изменение или

вид человеческой деятельности можно трактовать как инновацию. Ограниченность технократического подхода сводит инновацию к предметам труда, к технологиям, к товарам или к услугам, которые соответствуют мировым стандартам, в то время как инновационная деятельность в сфере управления оказывается вне поля рассмотрения.

Подход к определению понятия «инновация», представленный в «Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998–2000 годы» [6], на наш взгляд, носит комплексный характер. Инновация в данном документе рассматривается как конечный результат деятельности, получившей реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Следовательно, к инновациям не относятся новые перспективные результаты, которые не продаются или не внедрены в практику на текущий момент. Такой подход может быть применен в различных отраслях знания: в экономике, в теории менеджмента, в социологии управления.

Применительно к нашему исследованию «инновация» — это концепт, характеризующий новый перспективный механизм и структуру управления профессиональным футбольным клубом, которые направлены на достижение высоких спортивных, социально-значимых и экономических результатов.

Обратимся ко второму аспекту — к изменению инноваций на уровне общества. В ситуации разнообразия социологических парадигм современное общество трактуется как «общество знания» (П. Друкер), «незнакомый мир» (И. Валлерстайн), «общество риска» (У. Бек), «информационное общество» (Д. Белл), «новое индустриальное общество» (Дж. Гэлбрэйт), «постиндустриальное общество» (Э. Тоффлер), «сетевое общество» (М. Кастельс), «общество как системная коммуникация» (Н. Луман), «индивидуализированное общество» (З. Бауман). Авторы данных концепций убеждены, что современный этап развития инновационных преобразований охватывает весь мир. Глобальное распределение труда, международное разделение производства, интернациональные

коммуникации свидетельствуют об определяющей роли инноваций в процессах мировой интеграции.

Глобализация влияет и на развитие футбола. УЕФА (Европейский союз футбольных ассоциаций) сформулировал свою позицию в отношении глобализации, отметив, что «в мире, где экономический и технологический прогресс искореняет многие традиционные институты, спорт приобретает новую значимость. По мере того, как развивается индивидуализм, командные виды спорта способствуют взаимодействию людей и построению новых отношений. Спорт придает новую силу нашей социальной структуре» [9].

Между процессом глобализации и инновационным развитием существует взаимосвязь. Современное общество можно рассматривать как инновационное общество. Такому типу общества свойственны следующие признаки.

Первый признак — креативность. Креативность — это способность к выдвиганию новых идей и принципов, которые содержат полезный социальный эффект.

Прежде всего, обратимся к характеристике полезности как существенной характеристике креативности. Ее нельзя выразить в экономических категориях, то есть представить в виде корреляции между рабочим временем, ценностью проделанной работы и ее результатами. Продуктивным является только социологический подход, который рассматривает полезность как результат социальной корреляции между свободным трудом и другими видами творческого труда, с одной стороны, и вероятностью получения творческих результатов, с другой.

Затем следует подчеркнуть, что креативность является необходимым условием каждой стадии инновационного процесса. При этом она тесно связана с рутинной практикой. Х. Йоас отмечает, что креативность следует рассматривать «как измерение всего человеческого действия, а рутину рассматривать как результат креативности» [3, с. 218].

И, наконец, креативность — это многомерный социальный феномен. Она свойственна не только обществу в целом, но и организациям (например, профессиональным футбольным клубам) и отдельным

людям (например, представителям аппарата управления профессиональным футбольным клубом).

Второй признак инновационного общества — адекватная инновациям культура и структура государственного управления. Согласно подходу П. Хабига [4, с. 42], следует выделять следующие культурные и структурные предпосылки инноваций:

- технический базис;
- социокультурные представления в обществе, касающиеся предпринимательства и общественно-политического устройства;
- существующая инфраструктура в стране, в городах, где функционируют клубы РФПЛ (Российской футбольной профессиональной лиги);
- особенности развития промышленности и рынка, уровень конкуренции;
- статус, уровень спортивных притязаний, популярность и психологическая атмосфера футбольного клуба;
- отношение руководства футбольного клуба к инновациям, риску и персоналу;
- степень креативности / стандартизации полученной технологии управления профессиональным клубом.

Третий признак инновационного общества — возрастание роли знания во всех сферах жизни общества. Для доказательства этого тезиса обратимся к творчеству ведущего теоретика информационного общества М. Кастельса, подчеркивающего, что «информация и знание всегда являлись важными составляющими экономического роста, а развитие технологии во многом определило производительность общества, уровень жизни, а также социальные формы экономической организации» [5, с. 81]. Иными словами, инновационное общество — это общество, которое возникло, опираясь на знания, и которое воспроизводит себя посредством знаний.

На деятельность профессиональных футбольных клубов оказывают существенное влияние знания в областях:

- подготовки молодых спортсменов к профессиональной футбольной деятельности;
- осуществления тренировочного процесса с игроками основного и дублирующего состава профессионального футбольного клуба;

- трансферной политики на футбольном рынке;

- процессов управления профессиональным футбольным клубом;

- коммерческой, юридической и PR-деятельности футбольного клуба;

- взаимодействия с другими футбольными клубами, отечественными и международными футбольными организациями.

Таким образом, инновационным является общество, направленное на креативные действия, достигшее определенного уровня развития культуры и функционирования структуры государственного управления, ориентированное на приоритет знаний. Инновационное общество определяет характер развития организаций (в том числе и футбольных клубов).

На данной стадии развития инновации приобретают статус доминирующего индикатора, который определяет уровень развития общества. Мерой инновационного потенциала, жизнеспособности и жизнестойкости общества становится его способность обеспечивать социальное пространство для созидательной, творческой деятельности людей, для адекватной оценки ее продукта, для принятия результатов этой деятельности в различных сферах жизни: в экономике, политике, культуре, спорте.

Далее обратимся к анализу третьего аспекта — к инновациям в организации.

В исследованиях, посвященных данной теме, наибольшее внимание уделяется проблемам инновационного потенциала организации и управления. Категория «инновационного потенциала организации» разрабатывалась отечественными учеными: Е. Ю. Ефимовой [2, с. 35], Н. И. Лапиным [7, с. 17–18], А. И. Пригожиным [10, с. 114]. Они исходят из того, что инновационный потенциал новшества в организации рассматривается по критериям интенсивности, комплексности, радикальности. Характерными признаками инновационного потенциала организации являются: а) способность к креативно-деструктивной деятельности, б) способность к саморазвитию, в) гибкость организационного механизма, г) адаптивность организации к изменившимся условиям существования. Наряду с этим выделяются такие признаки инновационного

развития, которые характеризуют свойства социальной инфраструктуры организации, обязательность в деловых отношениях, тщательность в работе, способность к быстрой смене стратегии и тактики управления. В. В. Сипачев, исследуя социально-экономическое содержание инновационной деятельности, считает, что инновационный потенциал организации — это «готовность и способность (организации — прим. автора) осуществлять впервые или воспроизводить (воспринимать) актуальную идею или новацию ... с целью получения социального эффекта» [12].

Рассмотренные нами подходы позволяют раскрыть содержание категории «инновационный потенциал организации». Эвристические возможности этой категории ориентируют на исследование управления профессиональным футбольным клубом как вида человеческой деятельности людей, профессионально занятых управлением футбольным клубом и обладающих инновационным сознанием.

Управление как вид деятельности направлено:

- на понимание нового в сфере управления в качестве социальной ценности для футбольного клуба в целом;
- на выявление условий для инновационной деятельности на уровне организации;
- на принятие результатов инновационной деятельности не только профессионалами в сфере управления футбольным клубом, но членами всех подразделений футбольного клуба.

Управление как форма инновационного сознания включает в себя:

- организационную сплоченность (сотрудничество, способность объединять футбольный клуб);
- степень включенности президента, генерального директора и главного тренера футбольного клуба «Зенит» (Санкт-Петербург) в инновационную деятельность;
- умение и готовность к быстрой перегруппировке персонала, смелость к риску, желание и готовность произвести быстрые изменения;
- предпринимательский дух (постоянный контакт с сотрудниками, интенсивный обмен информацией, недопущение

организационных барьеров на пути инноваций).

Исследование социальной природы инновационного потенциала организации позволяет выявить индикаторы измерения инновационного развития футбольного клуба и на этом основании — фазы его функционирования.

К индикаторам измерения инновационного развития футбольного клуба относятся:

- организационная структура управления клубом;
- проектная деятельность;
- реализация трансферной политики;
- характер информационного пространства;
- принципы взаимодействия с болельщиками и фанатами клуба.

Применение данных индикаторов позволило разделить современную историю ФК «Зенит» на три фазы.

Фаза с 1992 по 2000 годы — возрождение российского футбола. После распада Советского Союза был сформирован Российский футбольный союз РФС. Учредительная конференция состоялась 8 февраля 1992 года. На конференции был принят «Устав общероссийской общественной организации «Российский футбольный союз». На современном этапе РФС объединяет два с половиной миллиона футболистов и насчитывает 44 тысячи клубов, 156 тысяч команд и 37 тысяч судей. В соответствии с решением Исполкома Ленсовета был учрежден городской футбольный клуб, ставший согласно уставу самостоятельным предприятием. Это позволило футбольному клубу «Зенит» (Санкт-Петербург) войти в состав РФС. Клуб закрепился в Премьер-лиге. На этой фазе функционировала традиционная модель управления клубом.

Фаза с 2001 по 2005 годы — «Зенит» (Санкт-Петербург) вошел в элитную группу футбольных клубов России. В 2001 году ФК «Зенит» стал бронзовым призером, а в 2003 году впервые в своей истории завоевал серебряные медали национального первенства. На этой фазе функционировала переходная модель управления клубом.

Фаза с 2006 года по настоящее время — «Зенит» (Санкт-Петербург) вошел в элитную

группу футбольных клубов Европы. В 2007 и в 2010 годах ФК «Зенит» стал чемпионом страны, в 2009 году — бронзовым призером первенства. В 2008 году ФК «Зенит» добился успехов на международной арене, в борьбе за Кубок УЕФА и Суперкубок УЕФА. На

этой фазе функционирует инновационная модель управления клубом.

Таковы основные аспекты программы исследования инновационного развития ФК «Зенит» (Санкт-Петербург).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Азгольдов Г. Г., Костин А. В.* К вопросу о термине «инновация» // Труды лаборатории В. Н. Лившица. М.: ЦЭМИ, 2009. С. 24–41.
2. *Ефимова Е. Ю.* К определению понятия «инновационный потенциал» / Методы активизации инновационных процессов. Вып. 16. М.: ВНИИСИ, 1988. С. 30–44.
3. *Йоас Х.* Креативность действия. СПб.: Алетейя, 2005. 218 с.
4. *Каропова Ю. А.* Введение в социологию инноватики. СПб.: 2004, Питер. 192 с.
5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. 328 с.
6. Концепция инновационной политики Российской Федерации на 1998–2000 годы: Постановление Правительства Российской Федерации от 24 июля 1998. № 832.
7. *Латин Н. И.* Системно-деятельностная концепция нововведений / Диалектика и системный анализ // Отв. ред. Д. М. Гвишиани. М.: 1986. С. 12–29.
8. *Пигров К. С.* Инновация в контексте аналитики субъективности (аспект негативного) // Управление: интеллект и субъективность / Под ред. О. Я. Гелиха, К. С. Пигрова, О. Д. Шипуновой. СПб.: СПбГПУ. С. 11–19.
9. Позиция УЕФА по десяти аспектам политики Европейского Союза // Сайт Российского футбольного союза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rfs.ru/taxonomy/term/78/1> 26 января 2011 года.
10. *Пригожин А. И.* Современная социология организаций. М., 1995. 295 с.
11. *Романов В. Л.* Социально-инновационный вызов государственному управлению. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://spkurdyumov.narod.ru/Romanov333.htm> 26 января 2011 года.
12. *Сипачев В. В.* Экономический механизм управления инновационной восприимчивостью предприятий к достижениям НТП в условиях рыночных отношений (научно-методологические проблемы). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.; 1997.

REFERENCES

1. *Azgol'dov G. G., Kostin A. V.* K voprosu o termine «innovacija» // Trudy laboratorii V. N. Livshica. M.: SEMI, 2009. S. 24–41.
2. *Efimova E. Ju.* K opredeleniju ponjatija «innovacionnyj potencial» // Metody aktivizacii innovacionnyh processov. Vyp. 16. M.: VNIISI, 1988. S. 30–44.
3. *Joas H.* Kreativnost' dejstvija. SPb.: Aleteja, 2005. 218 s.
4. *Karopova Ju. A.* Vvedenie v sociologiju innovatiki. SPb.: 2004, Piter. 192 s.
5. *Kastel's M.* Informacionnaja epoha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura. M.: GU-VSHE, 2000. 328 s.
6. Konceptija innovacionnoj politiki Rossijskoj Federacii na 1998–2000 gody: Postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 24 ijulja 1998. №832.
7. *Lapin N. I.* Sistemno-dejatel'nostnaja koncepcija novovvedenij // Dialektika i sistemnyj analiz // Otv. red. D. M. Gvishiani. M.: 1986. S. 12–29.
8. *Pigrov K. S.* Innovacija v kontekste analitiki subjektivnosti (aspekt negativnogo) // Upravlenie: intellekt i subjektivnost' / Pod red. O. Ja. Geliha, K. S. Pigrova, O. D. Shipunovoj. SPb.: SpbGPU. S. 11–19.
9. Pozicija UEFA po desjati aspektam politiki Evropejskogo Sojuza // Sajt Rossijskogo futbol'nogo sojuza [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.rfs.ru/taxonomy/term/78/1> 26 janvarja 2011 goda.
10. *Prigozhin A. I.* Sovremennaja sociologija organizacij. M., 1995. 295 s.
11. *Romanov V. L.* Social'no-innovacionnyj vyzov gosudarstvennomu upravleniju. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://spkurdyumov.narod.ru/Romanov333.htm> 26 janvarja 2011 goda.
12. *Sipachev V. V.* Ekonomicheskij mehanizm upravlenija innovacionnoj vospriimchivost'ju predpriyatij k dostizhenijam NTP v uslovijah rynochnyh otnoshenij (nauchno-metodologicheskie problemy): Avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk. M., 1997.