И. П. Салтанович

Социокультурный фактор в управлении инновациями

Инновационная среда пронизывает все институты современного общества, она рыночная по сути. В инновационном развитии активность человека, его мотивация, субъективные реакции становятся ключевыми факторами. Следовательно, и экономический рост оказывается напрямую зависим не только от совершенствования технико-технологической базы и наращивания капиталовооруженности труда, но и от развития креативных способностей самого человека, занятого в производстве. В этих условиях выбор между «ресурсозатратной» и «ресурсосберегающей» моделями экономического роста в Беларуси утрачивает смысл. «Человеческий капитал» - это принципиально «нелимитированный» ресурс.

В числе культурных факторов технологического прогресса британский исследователь G. Gelade называет такие, как открытая интеллектуальная среда, интеллектуальная автономия и социальное равноправие[1;714]. «Национальные показатели инноваций движимы более фундаментальными силами, чем экономические условия, и социальные изменения могут быть необходимы для того чтобы сделать менее инновационные общества более инновационными»[2;62]. В силу того, что белорусским инноваторам технологическая составляющая инновационной проблематики ближе, чем гуманитарная, мы практически упускаем то, что культура — важнейший системообразующий фактор среды инновационной деятельности, а социокультурные факторы становятся все более значимыми в управлении инновационными процессами, так как позволяют полнее учесть многообразие внешней среды, облегчить поиск гармонии в развитии естественных процессов и соотнести это с предлагаемыми инновациями.

Культурная составляющая бизнеса и рынков (этика, эмоции, мотивация, культурные ценности) относится к «мягким» (soft) факторам, в отличие от жестких (hard) факторов — оборудование, материалы, компоненты. «Мягкие» факторы труднее измерить, оценить в силу их неявного характера, ими труднее управлять, но они становятся все более значимыми как для функционирования современной экономики, так и для ее развития, для инновационной деятельности[3;137-143]. Культура может стать реальным фактором модернизации общества и адаптации населения к происходящим изменениям. В этом отношении вкладывать в культуру, как и непосредственно в образование - это выгодные инвестиции, которые оборачиваются интенсивностью общественного развития, умением людей творчески трудиться, в целом высоким уровнем человеческого потенциала.

Складывается уникальный парадокс - люди, отдающие предпочтение нематериальным ценностям, все чаще становятся лидерами в сфере бизнеса и производства, политики и культуры. Что особенно важно, люди, ориентированные на приоритеты духовного роста и самореализации в творческой деятельности, оказываются внутренне защищены от давления социальной системы. И эта доля свободы и независимости превращает их в инициативную силу, способную не только противостоять внешнему диктату, но и предъявлять обществу собственные требования, приводить социальную действительность в соответствие со своим видением.

Сегодня в Беларуси целесообразнее было бы говорить о разработке общенациональной стратегии социокультурной (инновационной) политики, синтезирующей многочисленные концепции – социальной политики, информационной политики, культурной политики, образовательной политики и т.д., формирование которых обусловлено административно-ведомственным структурированием системы управления государством.

Список литературы

1. Gelade G. A. IQ, cultural values, and the technological achievement of nations. // Intelligence. Volume 36, Issue 6, November-December 2008, P. 711-718.
2. Shane S. Cultural influences on national rates of innovation. // Journal of Business Venturing. Volume 8, Issue 1, January 1993, P.59-73.
3. Алешина И.В. Открытые инновации: кросс-культурные факторы в условиях глобализации//Вестник Университета, 2010, №24, С.137-143.