

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316.33

V. Lukashevich
M. Zubko
I. Kiselev
BSEU (Minsk)

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF COMPANY'S INNOVATIVE DEVELOPMENT (ON BASIS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH INFORMATION)

There have been analyzed relevant social-psychological aspects of innovative transformations development at the company on basis of sociological research information. The authors used the method of interdisciplinary synthesis as advanced approach which enables to fully examine internal and external factors' interaction of the employed workers' innovative behavior.

Keywords: *innovator; innovator's quality; team; motivation; causal attribution; active innovators; passive innovators; forced innovators; social-psychological climate; social context.*

В. К. Лукашевич
доктор философских наук, профессор
М. В. Зубко
кандидат философских наук, доцент
И. Е. Киселев
кандидат философских наук, доцент
БГЭУ (Минск)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

На основе материалов социологического исследования проанализированы актуальные социально-психологические аспекты развития инновационных преобразований на предприятии. Авторы использовали метод междисциплинарного синтеза как наиболее перспективный подход, позволяющий комплексно изучить взаимодействия внутренних и внешних факторов инновационного поведения занятых работников.

Ключевые слова: *инноватор; качество инноватора; команда; мотивация; каузальная атрибуция; активные инноваторы; пассивные инноваторы; вынужденные инноваторы; социально-психологический климат; социальный контекст.*

Введение

Доминирующая роль инноваций в процессе общественного развития обусловлена наличием тонких социальных зависимостей, возникающих в русле системного воздействия социальной среды и членов социума на появление и реализацию инноваций.

В настоящее время можно констатировать недостаточную разработанность именно социальных и социально-психологических аспектов инновационной практики. Не в полной мере изучены вопросы формирования комплексных социальных, социально-психологических механизмов осуществления инновационной деятельности, мотивации и стимулирования инновационной активности. Соответственно возникает потребность исследования инноваций в широком социальном и социально-психологическом контексте, охватывающих сферы общественных и личностных потребностей, интересов и ценностных ориентаций.

При подготовке данной статьи использовались данные анкетного опроса, проведенного авторами на ОАО «Белкоммунмаш» в 2012 г.

Основная часть

В деятельности инноватора важное значение имеет потребность в достижении цели и предрасположенность к риску, скрытой пружиной которых выступают определенная мотивация и личностные качества. В частности, американский социальный психолог Д. Макклелланд обосновал правомерность мотива к достижению успеха как серьезного побуждения к бизнесу, а предпринимателей определял как людей, способных брать на себя высокую ответственность. Чем сильнее развита эта потребность, тем больше успехов в бизнесе добивается тот или иной предприниматель. Путем различных экспериментальных исследований Д. Макклелланд и его коллеги выработали методiku определения количественных параметров потребности к достижению и успеху. Они доказали, что ключевым качеством предпринимателя является стремление к нововведениям, ведущим к успеху. Поэтому даже такие моменты, как характер собственности на данное предприятие, не имеют для предпринимателя принципиального значения, что выражается в достаточно своеобразном отношении к деньгам. Психологическая ценность денег для него заключается в их эффективности как средства достижения цели.

Д. Макклелланд выделил три условия возникновения мотива к достижению (успеху): 1) индивиды должны быть готовы взять на себя всю ответственность за конечный исход дела; 2) необходимо иметь четкое представление о том, чем закончится дело, чтобы знать, испытал индивид удачу или поражение; 3) удача должна быть зримой, а пути ее поиска — умеренно рискованными [1, с. 36—37].

В дальнейшем разработки Д. Макклелланда получили развитие в концепциях Дж. Аткинсона и Б. Вайнера, которые разработали теорию каузальной атрибуции. Суть ее заключается в том, как люди объясняют поведение других, приписывают ли они причину действий внутренним диспозициям человека (устойчивым чертам, мотивам, установкам) или внешним ситуациям [2, с. 680]. Согласно этой концепции на поведение индивида влияют четыре фактора: способности, усилия (внутренние контролируемые стабильные факторы), трудность задачи, счастливый случай (внешние частично контролируемые нестабильные факторы). Лица с более сильной надеждой на успех, чем страхом перед неудачей, склонны приписывать успех своим способностям и усилиям (т.е. внутренним факторам), а неуспех — недостаточным усилиям. В теории атрибуции важны не столько сами по себе факторы, сколько их толкование инноватором, его стремление винить либо судьбу, либо себя, а также умение «держаться удар» в случае поражения, или, что также важно, в случае успеха.

Индивид, нацеленный на успех и не боящийся поражения, связывает победу скорее с внутренними контролируемыми факторами, т.е. со своими способностями и усили-

ями, а неудачу объясняет недостаточной мобилизацией своих резервов, что становится уроком на будущее. Индивид с гипертрофированной боязнью поражения связывает неудачу с неверием в собственные силы и кознями извне, никакого стремления «взять реванш» у него нет. Первый тип при неудаче уповает на использование своих способностей применительно к более тяжелому труду, а второго останавливает страх очередного поражения. Естественно, среди первых намного больше инноваторов [3, с. 111—112].

Имеющиеся теоретические наработки и экспериментальные исследования с учетом социально-экономических условий нашей республики могут использоваться при анализе процессов инновационного развития.

В ходе социологического опроса на ОАО «Белкоммунмаш» были выделены различные группы работников по критерию их инновационной ориентированности:

1. «Активный инноватор» (те, кто отнесли себя к категории людей, которые желают и умеют работать и активно действуют в направлении инноваций) — 34,1 %.

2. «Пассивный инноватор» в силу низкого уровня профессионализма («желаю инноваций, но не имею нужных навыков, умений и знаний») — 24,4 %.

3. «Вынужденный инноватор» в силу обстоятельств («выраженного желания участвовать в инновациях нет, но готов действовать в сотрудничестве с другими людьми») — 33,3 %.

4. «Пассивный противник» инноваций, не объясняющий своей позиции («желаю и умею работать, но не хочу никаких инноваций») — 2,4 %.

5. «Активный противник» инноваций в силу личных причин (из-за боязни уменьшения заработка, потери своего рабочего места, необходимости переобучения и т.п.) — 3,3 %.

Как видно из приведенных данных группа «активные инноваторы» в разы превышает группу «активные противники» инноваций. Между этими крайними полюсами располагаются промежуточные группы: «пассивные инноваторы», «вынужденные инноваторы», «пассивные противники» инноваций.

Частично подтвердилось предположение о том, что различия между респондентами в их отношении к инновациям определяются разным набором их профессиональных и личностных качеств. В процессе самооценки респонденты следующим образом оценили наличие у них профессионально-деловых и личностных качеств, необходимых инноваторам:

I. Профессионально-деловые качества инноватора:

- 1) креативность — 37,4 %;
- 2) инновационноориентированность — 7,3 %;
- 3) инновационновосприимчивость — 17,9 %;
- 4) устремленность на поиски альтернатив — 21,1 %;
- 5) способность идти на предпринимательский и финансовый риск — 12,2 %;
- 6) чувство перспективы — 18,7 %.

II. Личностные качества инноватора:

- 1) инициативность — 39,8 %;
- 2) организаторские способности — 27,6 %;
- 3) мобильность — 38,2 %;
- 4) ответственность — 78,9 %;
- 5) высокий интеллект — 28,5 %;
- 6) лидерство — 17,1 %;
- 7) коммуникабельность — 59,3 %;
- 8) решительность — 30,1 %.

Мнение всех трех групп инноваторов (активных, пассивных и вынужденных) о наличии у них вышеперечисленных качеств представлено в табл. 1.

Таблица 1. Мнение респондентов о наличии у них инновационных качеств, %

Качество	Активные инноваторы	Пассивные инноваторы	Вынужденные инноваторы
1. Профессионально-деловые качества инноватора			
Креативность	52,4	26,7	29,3
Инновационная ориентированность	19,0	3,3	—
Инновационная восприимчивость	31,0	13,3	12,2
Устремленность на поиски альтернатив	28,6	23,3	12,2
Способность идти на предпринимательский и финансовый риск	16,7	10,0	9,8
Чувство перспективы	16,7	23,3	19,5
2. Личностные качества инноватора			
Инициативность	47,6	46,7	26,8
Организаторские способности	40,5	10,0	29,3
Мобильность	33,3	36,7	41,5
Ответственность	73,8	80,0	92,7
Высокий интеллект	40,5	23,3	22,0
Лидерство	28,6	13,3	9,8
Коммуникабельность	57,1	60,0	63,4
Решительность	40,5	30,0	22,0

Источники: составлено авторами.

На основании данных табл. 1 можно выделить группы работников согласно мотивации к участию в инновационных преобразованиях, в основе которой лежит определенное соотношение таких противоположных личностных параметров, как стремление к успеху и избегание неудачи в инновационной деятельности. В этом плане были выделены шесть групп, различающихся своими мотивационными ориентациями: 1) ориентация только на успех — 18,7 %; 2) ориентация на успех, но и готовность к неудаче — 37,4 %; 3) переходная группа, где присутствует как готовность к успеху, так и к неудаче — 18,7 %; 4) восприятие неудачи как этапа на пути к успеху — 13,8 %; 5) восприятие неудачи как результат личной неподготовленности к инновациям — 0 %; 6) восприятие неудачи как результат неподготовленности коллектива к инновациям — 0,8 %.

Как видно из этих данных, наибольший процент сторонников получили первая, вторая и третья позиции. Позиция, связанная с личной неподготовленностью к инновациям, не представлена, а связанная с неподготовленностью коллектива составляет небольшой процент — 0,8 %.

Дифференциация инноваторов по их мотивации к участию в инновационных преобразованиях представлена в табл. 2.

Таблица 2. Доминирующие мотивации у различных категорий респондентов, %

Мотивация	Активные инноваторы	Пассивные инноваторы	Вынужденные инноваторы
1	2	3	4
Ориентация только на успех	35,7	6,7	9,8
Ориентация на успех, но быть готовым и к неудаче	33,3	50,0	39,0

1	2	3	4
Готовность и к успеху и к неудаче	9,5	26,7	22,0
Восприятие неудачи как этапа на пути к успеху	19,0	10,0	14,6
Восприятие неудачи как результата личной неподготовленности к инновациям	—	—	—
Восприятие неудачи как результата неподготовленности коллектива к инновациям	—	—	2,4
Затрудняюсь ответить	2,4	6,7	12,2

Источники: составлено авторами.

Как видно из табл. 2, в группе «активные инноваторы» в большинстве руководствуются мотивами стремления к успеху (35,7 и 33,3 %). Минимально (9,5 %) представлены работники переходной группы («готовность и к успеху, и к неудаче»), но при этом 19,0 % респондентов руководствуются мотивом «восприятие неудачи как этапа на пути к успеху». Позицию «ориентация только на успех» в группе «пассивные инноваторы» и «вынужденные инноваторы» выбрали 6,7 и 9,8 %, т.е. значительно меньше, чем в группе «активные инноваторы». Наибольший процент в этих группах (50,0 и 39,0 %) выбрали позицию «ориентация на успех, но быть готовым и к неудаче». Наименьший процент (2,4 %) в группе «вынужденные инноваторы» получила позиция «восприятие неудачи как результата неподготовленности коллектива к инновациям». В группах «активные и пассивные инноваторы» подобная позиция отсутствует.

По мнению большинства респондентов, в наибольшей степени способствует активизации инновационной деятельности на предприятии стиль управления, сочетающий элементы директивного и демократического (45,5 %). Наименее пригодным для инновационного развития они считают директивный (авторитарный) стиль: эффективным его назвали только 4,9 % (разница в девять раз), 20,3 % отдали предпочтение демократическому (коллегиальному) стилю управления, а остальные затруднились ответить на этот вопрос.

Заключение

Для повышения эффективности инновационной деятельности в плане усиления значимости человеческого фактора необходимо осуществить ряд следующих мероприятий:

1. Разработать механизм подбора работников по критерию наличия у них качеств, востребованных инновационной деятельностью, который предполагает учет, во-первых, возможной реакции работника на внешние факторы (среду) инновационной деятельности, включающие стиль руководства, психологический климат коллектива, содержание, характер, условия, организацию труда; во-вторых, внутренние факторы, связанные с мотивацией работника к участию в инновационных преобразованиях и доминирующими реакциями на складывающиеся ситуации, характер восприятия неудачи и др.

2. Поскольку среди трех условных групп инноваторов («активные», «пассивные» и «вынужденные») наблюдается тенденция, связанная с положительной динамикой мотивации и соответствующих качеств работников в диапазоне поведения (от боязни страха, неуверенности в своих силах, низкой самооценки, к поведению, нацеленному на достижение успеха и отсутствие боязни принятия решений и возможных рисков), ее следует развивать и наращивать через систему обучения, переобучения кадров, повышения их квалификации.

3. Обеспечить возможность заключения с работниками, активно участвующими в инновационной деятельности и проработавшими на предприятии свыше 10 лет, долгосрочных контрактов, что будет способствовать укреплению социально-психологического климата в коллективе, оптимальному сочетанию традиций и новаторства, повышению уверенности работников в своем будущем. Это также повысит степень сплоченности коллектива как сообщества единомышленников, способного противостоять временным неудобствам и трудностям, с которыми в подавляющем большинстве связаны инновационные мероприятия (особенно первые их стадии). Без этого фактора, основывающегося на соответствующем уровне интеллектуально-духовных и социально-культурных ценностей участников инновационной деятельности, успешность реализации инновационного проекта будет находиться под постоянной угрозой срыва. Высокая степень сплоченности может быть только в коллективе людей, относительно долгое время осуществляющих совместные трудовые действия.

4. В контексте развития производственной демократии желательно разработать практически действующую систему, обеспечивающую работникам реальные возможности влиять на инновационную политику предприятия. Например, создать совет инноваторов как важное внеструктурное подразделение, объединяющее представителей предприятия (администрация, ИТР, работники заводских служб), а также работников академической, отраслевой, вузовской науки. Задача совета инноваторов — организация тестирования, анализ с точки зрения социально-психологической привлекательности и практической реализации предлагаемых проектов и расчет их экономической эффективности. Целесообразно разработать примерное положение о совете инноваторов, включающее и кодекс инноватора.

Л и т е р а т у р а

1. Основы экономической психологии / И. А. Малахов [и др.] ; под ред. И. А. Малахова. — М. : Ин-т экон. политики, 1992.
Osnovy ekonomicheskoy psikhologii / I. A. Malakhov [i dr.] ; pod red. I. A. Malakhova. — M. : In-t ekon. politiki, 1992.
2. Майерс, Д. Социальная психология : пер. с англ. / Д. Майерс. — СПб. : Питер Ком, 1999.
Mayers, D. Sotsial'naya psikhologiya : per. s angl. / D. Mayers. — SPb. : Piter Kom, 1999.
3. Синов, В. В. Социально-психологические аспекты инновационного предпринимательства. Ч. 1 / В. В. Синов // Рос. предпринимательство. — 2005. — № 6. — С. 107—112.
Sinov, V. V. Sotsial'no-psikhologicheskoe aspekty innovatsionnogo predprinimatel'stva. Ch. 1 / V. V. Sinov // Ros. ppedprinimatel'stvo. — 2005. — № 6. — S. 107—112.

Статья поступила в редакцию 01.12.2015 г.