

**Ильиных Светлана Анатольевна**

доктор социологических наук,  
профессор кафедры социальных коммуникаций  
и социологии управления  
Новосибирского государственного университета  
экономики и управления

**Михайлова Елена Валерьевна**

ассистент кафедры социальных коммуникаций  
и социологии управления  
Новосибирского государственного университета  
экономики и управления

**ИННОВАЦИОННАЯ  
ВОСПРИИМЧИВОСТЬ  
И СОПРОТИВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМ:  
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД**

**Аннотация:**

*В статье рассматриваются основные идеи социологического подхода к внедрению инноваций в современных российских организациях. Проблема с точки зрения социологии коренится не столько в технико-технологической и экономической частях, сколько в той части, где преимущественное значение имеет человеческий фактор. Внедрение инноваций в организациях сопровождается такими процессами, как восприятие и сопротивление. Авторы отмечают, что с социологической точки зрения важно учитывать необходимость целенаправленного и продуктивного управления процессом внедрения инноваций, а также принять во внимание гендерный фактор.*

**Ключевые слова:**

*инновационная восприимчивость, сопротивление инновациям, управление, гендерный фактор.*

**Ilyinykh Svetlana Anatolyevna**

D.Phil. in Social Science, Professor,  
Social Communications and Sociology of  
Management Department,  
Novosibirsk State University of  
Economics and Management

**Mikhailova Elena Valeryevna**

PhD student, Social Communications  
and Sociology of Management Department,  
Novosibirsk State University of  
Economics and Management

**INNOVATIVE SUSCEPTIBILITY  
AND RESISTANCE  
TO INNOVATIONS:  
SOCIOLOGICAL VIEW**

**Summary:**

*The article considers the main ideas of the sociological approach to innovation implementation in contemporary Russian organizations. From the standpoint of the sociology the problem is rooted mainly not in the technical, technological or economic parts, but in the part where the human factor has the primary value. Implementation of innovations in organizations is accompanied by such processes as their appreciation and resistance. The authors point out that from the sociological perspective it is important to take into account the need for focused and effective management of innovation implementation, as well as have respect to the gender factor.*

**Keywords:**

*appreciation of innovations, resistance to innovations, management, gender factor.*

В современном динамично развивающемся обществе в условиях жесткой конкуренции большое значение приобретает внедрение инноваций в различные сферы деятельности. В связи с этим остро встает вопрос об адаптации персонала предприятий к изменениям, связанным с внедрением инноваций, а также актуализируется проблема управления этим процессом.

Стоит отметить, что достаточно часто инновационная проблематика раскрывается с позиции экономики и значительно реже рассматривается с социологической точки зрения. Однако именно социологический подход позволяет выявить, почему внедрение инноваций в современных российских организациях либо затягивается, либо осуществляется в неполном объеме и с заметными искажениями. Проблема нередко коренится не только и столько в технико-технологической или экономической частях, сколько в той части, где преимущественное значение имеет человеческий фактор. На основании социологического подхода становится более очевидным, что приводит к значительному уменьшению конкурентных преимуществ предприятия и обесцениванию результатов внедряемой инновации.

С точки зрения социологии из всего многообразия реакций персонала на внедрение инноваций принципиально выделяются две доминирующие стратегии организационного поведения: стремление к изменениям (внедрение) и сопротивление инновациям. Остальные стратегии либо не столь распространены, либо могут быть сведены к одной из доминирующих. Соответственно, важное значение имеет выявление означенных стратегий, скрытых за различными формами либо поддержки, либо отрицания инноваций, включая квазиактивность как позитивного, так и негативного характера, для дальнейшей корректировки поведения работников.

Внедрение инноваций в организациях сопровождается такими процессами, как восприятие и сопротивление. Оба этих процесса находятся в диалектическом единстве: чем более развито

в организации восприятие инновации, тем в меньшей мере присутствует сопротивление. И наоборот: чем меньше инновационное восприятие, тем больше сопротивление.

Стоит отметить, что уровень восприятия инновации характеризует состояние инновационной восприимчивости. С нашей точки зрения, *инновационную восприимчивость* следует рассматривать как *способность и готовность руководителей и персонала организаций создавать, осваивать и реализовывать инновации*. Принципиально важным является то, что она отражает степень *мотивированности руководителей и персонала организаций на осуществление перманентных нововведений в сферах своей деятельности и деятельности всей организации*. Базой инновационной восприимчивости персонала организации выступает его готовность к приобретению новых знаний, ценностей, установок, которые могут возникнуть в процессе изменений в организации.

Инновационная восприимчивость сопровождается тем, что индивид проходит несколько обязательных стадий восприятия вовлеченности в инновационный процесс. К их числу мы относим стадии: а) заинтересованности, б) усовершенствования необходимых знаний, в) уточнения категориальной формы предполагаемого изменения путем получения требуемой информации, г) понимания легитимности и выявления диссонанса между фазами восприятия и интеграции с внедряемой инновацией.

Явление *инновационной восприимчивости* находится в прямой корреляции с инновационной адаптацией, идентификацией нового во внешней среде и адекватной его оценкой в контексте инновационного процесса. Результатом *инновационной восприимчивости* может стать процесс совместимости или несовместимости предлагаемых изменений. В случае совместимости предлагаемых изменений у работников формируется новая поведенческая ориентация. Сюда относится развитие предприимчивости, настойчивости, инновационного мышления, коммуникативных свойств личности. Кроме того, формируются новые социальные ориентации, связанные с внедрением в практическую деятельность организации новых социальных норм, ценностей. При несовместимости инновационных изменений возможно сопротивление инновациям.

Итак, от степени сложности и характера изменений зависит процесс инновационного восприятия, который может как стать побуждением к инновационному развитию, так и вызвать негативные последствия в форме сопротивления.

А.А. Мешков рассматривает сопротивление изменениям как любое поведение члена организации, направленное на срыв и дискредитацию осуществляемых преобразований [1]. С нашей точки зрения, сопротивление инновациям сопровождается не только *срывом и дискредитацией проводимых изменений в организации*, но и *трансформацией желаемых положительных результатов, имеющихся при внедрении, в угрозу для индивидов и организации*.

Сопротивление инновациям связано с комплексом причин их невнедрения. Эти причины могут проявляться также в стагнации и разорванности инновационных процессов, в возникновении псевдоинноваций и имитационного режима их внедрения. Сопротивление инновациям обусловлено: а) длительным отсутствием целевого анализа инновационных процессов в отечественной теории социального управления; б) слабостью образовательных программ в сфере инновационного управления и управления инновациями; в) отсутствием инновационной культуры и инфраструктуры, поддерживающей научную и практическую разработку управленческих нововведений; г) отсутствием рынка управленческих инноваций, информационного обмена в данной области среди управленцев и потенциальных субъектов инноваций. Как видим, причины связаны, с одной стороны, с недостаточно развитой теоретической базой, касающейся инноваций – теоретические знания могли бы обогатить практический опыт управленцев в процессе внедрения новшеств; с другой – с отсутствием ряда практических условий, таких как инновационная культура, инновационная инфраструктура.

С социологической точки зрения важно учитывать необходимость целенаправленного и продуктивного управления процессом внедрения инноваций.

Разработки в области стратегического управления инновациями и проблемы, связанные с инновационным внедрением, одной из которых является проблема сопротивления персонала осуществлению инноваций, подробно изложены в работах американского ученого И. Ансоффа [2]. Вопросы, связанные с персоналом и кадровой сферой, рассматриваются также в работах П. Спэрроу [3]. Этот же вопрос изучается М. Лоузи, С. Мейзингером, Д. Ульрихом и Д. Вайсом [4]. Дополнили данную идею труды Р. Ротвелла [5], в которых, помимо этого, акцентируется вопрос о растущем количестве инновационно-ориентированных инициатив, в том числе и в области управления. В работах К. Фримена, Р. Фисмана, Р. Гилберта, П. Крэмтона, У. Баумола, Д. Дирмайера, У. Хоппа, С. Иравани внимание уделено разработке и описанию различных моделей социальных инноваций [6]. Эти исследования выявляют взаимодействие основных социаль-

ных институтов в инновационном процессе, указывая на внешние и внутренние факторы, влияющие на инновационный процесс. О важности и незаменимой роли маркетинговых технологий, стратегий, а также о влиянии факторов внешней среды на основные направления и виды деятельности малого бизнеса говорится в работах С. Йенийорта, З.С. Делигонула, С. Тамера. Важность технологической деятельности, диверсификация, растущая интеграция среди организаций малого бизнеса рассматриваются подробно в работах К. Пэвитта, М. Робсона, Дж. Таунсенда [7]. Значительная роль управленческих инноваций, их внедрение и применение в практике управления рассматриваются в работах Дж. Биркиншоу, Г. Хэмела и М.Дж. Мола [8]. О роли организаций малого бизнеса в технологических изменениях и экономическом росте, о факторе управления, рисках предпринимательства, важности появления радикально новых продуктов и услуг, меняющих существующую структуру рынка, – в работах Р. Ротвелла, С. Парка, К. Ройбука, Дж. Рассела. Инновации в системе маркетинга и реструктурировании рынка нашли отражение в работах П. Крэмтона, Л. Бернарда, К. Элвуда. Взаимодействие социологических вопросов с наукой рассматривается в работе Д. Винка, практическое применение социологических образцов в отраслях научной деятельности охарактеризовано Л.Ф. Уордом [9].

Итак, разработки отечественных и зарубежных ученых по вопросам управления инновациями позволяют составить целостное представление о проблемах использования человеческого потенциала в процессе внедрения инноваций.

Внедрение инноваций должно сопровождаться эффективной системой управления инновационными преобразованиями. Рассматривая процесс управления инновациями как деятельность, следует исходить из понятия деятельности как на личностном уровне, так и на уровне организации. При осуществлении инновационного управления важно помнить о том, что развитие человеческих способностей, человеческих ресурсов и работа по их совершенствованию являются приоритетными управленческими задачами, решение которых обусловит получение максимального эффекта в виде конкурентного преимущества или материальной прибыли. Процесс управления инновациями представляет собой сложную систему, которая невозможна без управления социальными отношениями. А управление социальными отношениями невозможно без осуществления анализа потребностей, за которым неизбежно должны следовать анализ мотивов деятельности, изучение внутренних и внешних факторов влияния на внедрение инноваций и построение коммуникаций, позволяющих достичь поставленных целей.

Укажем еще одну особенность, связанную с инновационной восприимчивостью и сопротивлением инновациям и анализируемую с позиции социологии. Речь идет о гендерном факторе. Если инновация техническая, то чаще всего она вызывает сопротивление у женщин [10]. Если инновация социальная, то ее инновационная восприимчивость выше опять-таки у женщин [11]. Это согласуется с теорией В.А. Геодакяна [12].

Подведем итоги. Инновационная восприимчивость и сопротивление инновациям неизбежно сопровождают инновационный процесс. На успешность внедрения влияет множество факторов. С точки зрения социологии учитываются как теоретические пробелы в области инновационной деятельности, так и практические аспекты, связанные с внедрением новшеств.

### Ссылки:

1. Мешков А.А. Основные направления исследования инноваций в американской социологии // Социологические исследования. 1996. № 5. С. 121.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / сокр. пер. с англ. М., 2000.
3. Sparrow P. Handbook of International HR Management. McGraw-Hill, 2009.
4. The Future of Human Resource Management: 64 Thought Leaders Explore the Critical HR Issues of Today and Tomorrow / ed. by M. Losey, S. Meisinger, D. Ulrich. New York, 2005.
5. Rothwell R. Small Firms, Innovation and Industrial Change, Small Business Economics // Springer. 1989. № 1. P. 51–64.
6. Freeman C. Innovation, Changes of Techno-Economic Paradigm and Biological Analogies in Economics // Revue économique. 1991. № 42 (2).
7. Pavitt K., Robson M., Townsend J. Technological Accumulation, Diversification and Organisation in UK Companies // Management Science. 1989. № 1. P. 81–99.
8. Birkinshaw J., Hamel G., Mol M.J. Management Innovation // The Academy of Management Review. 2008. № 4. P. 825–845.
9. Ward L.F. A Text-Book of Sociology. Mysore Press, 2011. 362 p.
10. Ильиных С.А. Влияние гендера на картину мира: опыт социологического исследования // Социология: методология, методы, математическое моделирование : науч. журн. Российской академии наук. 2009. № 28. С. 66–86.
11. Ильиных С.А. Концепты маскулинности и фемининности в русле гендерного подхода // Идеи и идеалы. 2011. Т. 1, № 4. С. 131–144.
12. Ильиных С.А. Гендерная асимметрия: причины и основные пути ее преодоления : дис. ... канд. социол. наук. Новосибирск, 2004.

## References:

1. Meshkov, AA 1996, 'The main directions of research innovation in American sociology', *Sociological researches*, no. 5, p. 121.
2. Ansoff, I 2000, *Strategic Management*, Moscow.
3. Sparrow, P 2009, *Handbook of International HR Management*, McGraw-Hill.
4. Losey, M, Meisinger, S & Ulrich, D (ed.) 2005, *The Future of Human Resource Management: 64 Thought Leaders Explore the Critical HR Issues of Today and Tomorrow*, New York.
5. Rothwell, R 1989, 'Small Firms, Innovation and Industrial Change, Small Business Economics', *Springer*, no. 1, p. 51-64.
6. Freeman, C 1991, 'Innovation, Changes of Techno-Economic Paradigm and Biological Analogies in Economics', *Revue économique*, no. 42 (2).
7. Pavitt, K, Robson, M & Townsend, J 1989, 'Technological Accumulation, Diversification and Organisation in UK Companies', *Management Science*, no. 1, p. 81-99.
8. Birkinshaw, J, Hamel, G & Mol, MJ 2008, 'Management Innovation', *The Academy of Management Review*, no. 4, p. 825-845.
9. Ward, LF 2011, *A Text-Book of Sociology*, Mysore Press, 362 p.
10. Ilinykh, SA 2009, 'Influence of gender on the picture of the world: experience of sociological research', *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling*, no. 28, p. 66-86.
11. Ilinykh, SA 2011, 'Concepts of masculinity and femininity in the mainstream a gender perspective', *The ideas and ideals*, vol. 1, no. 4, p. 131-144.
12. Ilinykh, SA 2004, *Gender asymmetry: cause and the main way to overcome*, PhD thesis, Novosibirsk.