

## ВЗАИМОСВЯЗЬ КОПИНГ-СТРАТЕГИЙ КАК ФАКТОР УСТРАНЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМ В ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТАХ

*В статье рассмотрена взаимосвязь копинг-стратегий на уровне хозяйствующих субъектов, которая требует развития современных эффективных инструментов и процедур устранения сопротивления инновациям. Хозяйствующие субъекты постоянно сталкиваются с необходимостью внедрения инновации. Одним из наиболее эффективных инструментов устранения сопротивления инновациям являются копинг-стратегии.*

*Ключевые слова: копинг-стратегии, сопротивление инновациям, хозяйствующие субъекты.*

Сопротивление нововведениям так же естественно, как и разнообразно. В любой организации есть те, кто не заинтересован в изменениях, кто стремится сохранить существующее положение. С точки зрения исследователя стратегии в хозяйствующих субъектах сопротивление является проявлением иррационального поведения, отказом признать новые черты реальности, размышлять логически и реализовывать на практике выводы логического мышления. При внедрении инноваций любой хозяйствующий субъект встречается с причинами противодействия. Можно выделить внутренние факторы и внешние факторы сопротивления. Внутренние причины сопротивления связаны в первую очередь с сопротивлением служащих, управленцем и управ-

ляющим инновациями. На степень сопротивления оказывает влияние характер внутрифирменного управления: степень децентрализации управления, система мотивации персонала, способы принятия управленческих решений и т.д.

В высокоцентрализованной структуре, когда решения делегируются вниз без предварительного согласования, непонимание необходимости инноваций приводит к противодействию этому процессу. На наш взгляд, отсутствие свободных информационных потоков, транспарентности бизнеса и интеграции между уровнями и областями управления также являются фактором сопротивления инновациям.

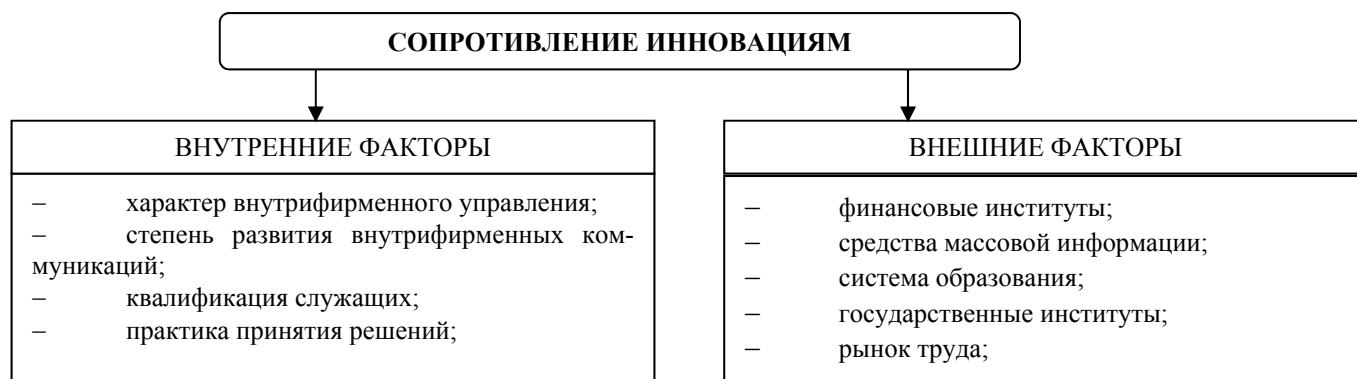


Рисунок 1- Факторы, оказывающие сопротивление инновациям

Среди внешних факторов можно выделить консерватизм финансовых институтов, которые демонстрируют отсутствие предрасположенности к кредитованию высокорискованных проектов, связанных с разработкой принципиально новой продукции, имеющих отсроченную прибыльность. В российских условиях при том, что процентные ставки по кредитам по сравнению с западными на порядок выше (средняя западная ставка составляет 6-8% годовых, в России – 14-20%), существующая система кредитования является серьезным препятствием на пути к инновациям, особенно для мелких и средних фирм, у которых собственные источники финансирования ограничены [1]. Выходом из подобной ситуации может стать пересмотр принципов работы коммерческих банков и развитие системы венчурного финансирования. Рынок труда также является фактором сопротивления инноваци-

циям, поскольку часто инновационные процессы связаны с реорганизацией компаний, увольнениями, понижением уровня заработной платы, что приводит к активизации профсоюзов и ограничению свободы топ-менеджмента. Следует отметить, что средства массовой информации, которые формируют общественное мнение по отношению к компании и ее инициативам, могут также стать фактором сопротивления инновационным процессам. Интересно, что средства массовой информации оказывают влияние на персонал компании в той же мере, что и на потребителей, контрагентов и т. д. Именно поэтому PR-отделы, особенно в период серьезных изменений, должны осуществлять свою деятельность как по внешним каналам, так и внутри корпоративной структуры. Необходимо отметить, что система образования также очень серьезно влияет на инновативность персонала и

руководителя, на их способность проявлять гибкость и нестандартность решений. При постоянном усовершенствовании образовательных процессов современное классическое бизнес-образование продолжает ориентироваться на некоторые нормы, правила и стандарты, что ограничивает свободу бизнес-творчества.

Внутрифирменные исследования психологии восприятия инноваций привели к тому, что были

выделены несколько типичных этапов, которые проходит каждый участник инновационных процессов. Выявленная нами последовательность данных этапов составляет концепцию «кривой трансформации» [2]. Строится эта кривая по двум основным показателям. Это время и субъективное ощущение собственной компетентности по отношению к внутрифирменному инновационному процессу.

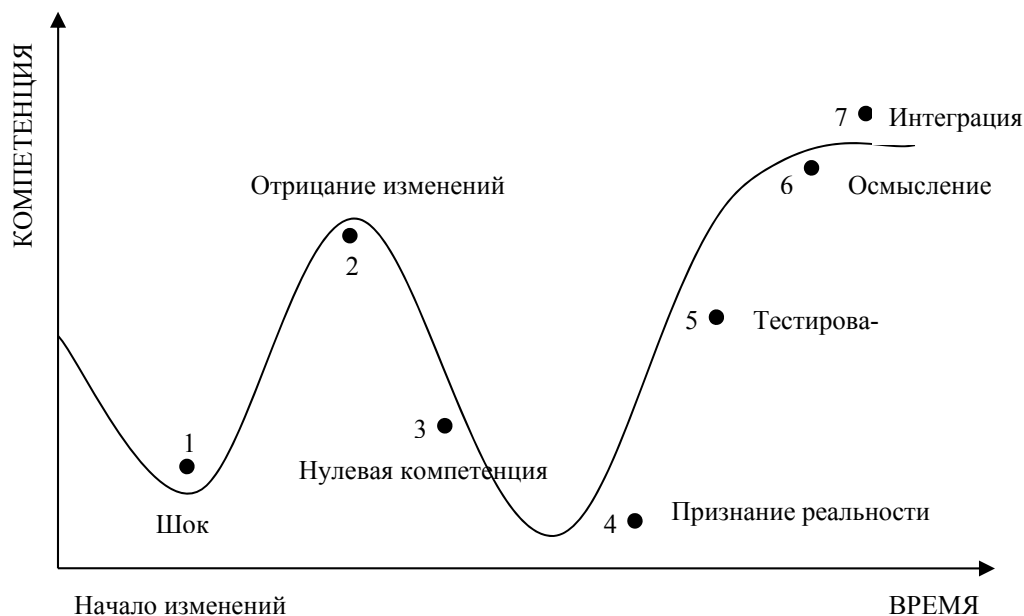


Рисунок 2 - Кривая трансформации

Уникальность концепции трансформации состоит в том, что даже невооруженным взглядом видна корреляция между уровнем компетенции человека и его восприятием инноваций [3]. Очевидно, что чем на более ранних стадиях менеджеры и служащие вовлекаются в процесс принятия инновационного решения, тем быстрее все этапы будут пройдены. Более того, когда инновации «рождаются» внизу, персонал проходит лишь через 5, 6 и 7-й этапы.

Нами изучена взаимосвязь между копинг-стратегиями и готовностью к инновациям с использованием рангового коэффициента

Таблица 1- Корреляционный анализ взаимосвязи готовности к инновациям и копинг-стратегий

Копинг-стратегия	Готовность к инновации	Коэффициент корреляции	Достоверность различий
Самоконтроль	При условии ответственности	- 0,532	P<0,01
Положительная переоценка	При условии ответственности	0,548	P<0,01
Положительная переоценка	При условии реализации	0,674	P<0,01
Положительная переоценка	На основе позитивного восприятия нового	0,714	P<0,01

«Положительная переоценка» как копинг-стратегия положительно коррелирует с готовностью к инновациям при условии возможности взять на себя ответственность ( $r = 0,548$  при  $p < 0,01$ ), готовностью при условии личностной и профессиональной самореализации ( $r = 0,674$  при  $p < 0,01$ ) и готовностью на основе позитивного эмоционального восприятия всего нового ( $r = 0,714$  при  $p < 0,01$ ). Таким образом, для нейтрализации сопротивления инновациям можно дать следующие рекомендации:

Спирмена. Результаты статистического анализа значимых связей указаны в таблице 1.

Анализ данных выявил отрицательную корреляцию между копинг-стратегией «самоконтроль» и готовностью к инновации при условии возможности взять на себя ответственность ( $r = -0,532$  при  $p < 0,01$ ). Это говорит о том, что работникам с ярко выраженными лидерскими наклонностями не свойственно чрезмерное регулирование своих чувств, действий и контролирование эмоций как копинг-стратегия.

- создание общедоступной системы информации;
- привлечение низового уровня к управлению инновациями;
- внедрение системы консенсуса, коллективного принятия решений, коллективной ответственности;
- построение мотивационной системы стимулирования творческого подхода, генерации идей на низовом уровне;

- активизировать элементы социально-этического маркетинга, демонстрируя общественную полезность инноваций;

- выстраивать долгосрочные отношения с кредиторами, поставщиками, потребителями, которые так или иначе участвуют в процессе реализации инноваций.

*Список литературы:*

*1.Евграфова, И.Ю. Инновационный менеджмент*

*[Текст] / И.Ю. Евграфова М.- Благовест-В, 2011. – 196 с.*

*2.Сазанов, Е.Г. Сопротивление организационным изменениям: диагностика и преодоление [Текст] / Е.Г Сазанов // Проблемы теории и практики управления. – 2013. - №6. – С. 33-38.*

*3.Хетнце, Й. Как преодолеть противодействие запланированным организационным изменениям [Текст] / Й. Хетнце, А. Камель // Проблемы теории и практики управления. - 2012. - №3. - С. 71–75.*

***Питель Татьяна Семеновна***

*к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управления народным хозяйством  
Российской академии народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации (Орловский филиал)*

*E-mail: tatiana.pitel@yandex.ru*