

ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА

УДК 316.62:005.32

Т.А. Ваулина

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ
«ИННОВАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»

*Работа выполнена при поддержке Гранта Президента Российской Федерации
для молодых российских ученых – кандидатов наук (МК – 2010).*

Представлены результаты теоретического анализа литературы, посвященной изучению проблемы инновационного поведения. Показана значимость инновационного поведения для повышения эффективности деятельности организации. Содержание понятия «инновационное поведение» раскрывается с позиций психологии, менеджмента, менеджмента качества, бизнеса.

Ключевые слова: инновации; инновационное поведение; инновационная деятельность.

В современных условиях развития общества инновационное поведение сотрудников рассматривается как важная составляющая успеха любой организации [1]. Одним из направлений инновационного развития организации исследователи П. Йонг и Д. Хартог (P.J. Jong & D.N. Hartog) видят в необходимости превращения в основной капитал способностей сотрудников к инновационной деятельности. По их мнению, именно сотрудники организации могут помочь повысить качество деятельности своей компании за счет способности генерировать новые идеи и реализовывать их для того, чтобы производить более качественные продукты, предлагать профессиональный сервис и улучшать рабочий процесс [2]. Таким образом, претендовать на высокие результаты могут только организации, осознающие ценность человеческого капитала, способные преобразовывать свою деятельность в соответствии с происходящими изменениями.

Изучение проблемы инновационного поведения невозможно без определения дефиниции понятия. Прежде всего, следует отметить междисциплинарный характер понятия «инновационное поведение», что демонстрирует его значимость для разных направлений деятельности (психология, менеджмент, бизнес и др.).

Достаточно активно изучение проблемы инновационного поведения ведется зарубежными исследователями (V.A. West, J.L. Farr, O. Janssen, S.G. Scott, R.A. Bruce и др.), которые накопили большой опыт практической и теоретической деятельности в области инноваций. Говоря об инновациях, одни ученые являются последователями идеи, что инновационность – это личностная характеристика человека, на первое место ставя творческий потенциал личности [5], другие придерживаются бихевиоральной позиции, говоря об индивидуальном инновационном поведении [6].

Исследователи Н. Кинг и Н. Андерсен (N. King & N. Anderson) отмечают, что каждый инновационный процесс проходит две основные стадии: стадия инициации, или рождения идей, и стадия реализации, или внедрения идей. В данном случае исследователи опираются на определение инновационного поведения, которое разработали В. Вест и Дж. Фарр (V.A. West & J.L. Farr): это поведение, направленное на реализацию сотрудниками организации новых идей, продуктов,

процессов, процедур, которые могут быть применены для оптимизации работы в рамках определенной должности, группы или организации в целом [7]. Н. Кинг и Н. Андерсен также замечают, что инновационное поведение носит многоаспектный характер и включает все виды поведения сотрудника, которые позволяют обогатить инновационный процесс [3].

Когда речь заходит о поведении, следует помнить, что оно основывается на последствиях, или ожидаемых последствиях, отмечает В. Врум (V. Vroom) [4]. Именно ожидаемый эффект и результат инновационного поведения выступили предметом изучения в совместном исследовании ученых Канзасского и Техасского университетов США Ф. Юан и Р. Вудмэн (F. Yuan & R. Woodman). В качестве дефиниции инновационного поведения исследователи также опираются на определение, разработанное В. Вест и Дж. Фарр (V.A. West & J.L. Farr). В качестве примеров инновационного поведения данные исследователи рассматривают поиск новых технологий, разработку и представление новых путей достижения целей, применение новых методов в профессиональной деятельности, изучение новых ресурсов для применения новых идей [7].

В свою очередь, исследователи Ф. Юан и Р. Вудмэн (F. Yuan & R. Woodman) выделили два подхода к изучению инновационного поведения: подход, ориентированный на достижение успеха, и социально-политический подход [1].

Подход, ориентированный на достижение успеха, по мнению Ф. Юан и Р. Вудмэн (F. Yuan & R. Woodman), является одним из наиболее популярных. В рамках данного подхода считается, что сотрудники организации принимают решение относительно реализации инноваций для того, чтобы повысить эффективность своей деятельности. Процесс разработки и внедрения инноваций основан на получении ожидаемых позитивных результатов. На основе данной позиции исследователи делают заключение относительно того, что инновации являются выгодными как для организации, так и для отдельных сотрудников [1]. Под призмой социально-политического подхода инновации носят символическое значение, в связи с чем инновационное поведение рассматривается как дань моде. Существенными становятся демонстрация инноваций, их

влияние на имидж организации, нежели поддержка экономического состояния предприятия и эффективности его работы [1].

Таким образом, одной из причин инновационного поведения сотрудников организации, с позиции первого подхода, является прирост производительности. К примеру, в деятельность предприятия внедряются новые технологии и методы, потому что они лучше существующих на данный момент, внедрение новых методов происходит на основе ожиданий их эффективности. Что касается дефиниции понятия «прирост производительности», то оно, по мнению авторов, носит широкий характер в зависимости как от специфики деятельности конкретного сотрудника, так и организации в целом. Повышение эффективности деятельности сотрудника повышает и конкурентоспособность данного сотрудника, наиболее вероятным выступает в этом случае тот факт, что сотрудники реализуют инновационное поведение для того, чтобы получить максимальный результат от своей работы [1].

Ф. Йуан и Р. Вудмэн (F. Yuan & R. Woodman) отмечают, что социальная основа поведения человека наделяет индивидуальное поведение техническими и символическими функциями. Несмотря на то, помогает введение новых идей повысить производительность организации или нет, сам факт реализации инновационного поведения является определенным сигналом или знаком социального происхождения. Особое место здесь занимают восприятие и мнение других людей. Управление, основанное на представлении других людей, занимает, по мнению ученых, не последнее место в изучении проблемы инновационного поведения. Основное разграничение, которое, по их мнению, необходимо сделать в управлении, основанном на представлениях людей, заключается в выделении двух его типов, а именно менеджмент, основанный на управлении защитными реакциями (основная идея защитить, сохранить индивидуальный имидж) и основанный на управлении положительными реакциями (улучшение индивидуального социального имиджа). Авторы в данном случае настаивают на влиянии этих двух типов управления на инновационное поведение. К примеру, с одной стороны, потенциальный риск будет снижать или ограничивать инновационное поведение сотрудников, которые могут выбрать более безопасную «игру», нежели ставить под угрозу настоящие условия, для того, чтобы выглядеть более привлекательно с социальной точки зрения. Такое поведение основано на мотивах самозащиты. С другой стороны, сотрудник организации может предложить своему руководителю новые методы работы, для того чтобы выглядеть в его глазах более компетентным сотрудником и в данном случае это будет выступать элементом мотивов улучшения деятельности [1].

Инновационные идеи, по мнению О. Янсена (O. Janssen), не являются частью институциональной, устоявшейся в современном обществе, системы. Функция устоявшихся систем в организациях это обеспечение общего понимания подходящего или должного поведения, которое может быть предугадано [6]. Говоря о роли поведения сотрудника организации, Д. Катц (D. Katz) отмечает, что организация, деятельность ко-

торой полностью зависит от заранее заданного, запрограммированного поведения сотрудников, представляет собой очень хрупкую социальную систему. Но сотрудники, которые реализуют новые идеи, сталкиваются с трудностями противостояний, им приходится оспаривать, бросать вызов, нарушая устоявшуюся систему [8]. Инновации также рассматриваются О. Янссеном как социально-политический процесс, который может вызвать противостояние других членов организации, приверженных существующей системе взглядов и действий. Таким образом, для того чтобы быть успешным в инновационной деятельности, сотрудникам необходимо приобрести поддержку (друзей, покровителей или спонсоров) в защите и продвижении идей [6]. Социально-политический аспект инновационного процесса основывается на желании сотрудников реализовывать инновационную деятельность, она может быть зависима от их восприятия своей роли, с одной стороны, и возможности оказывать влияние на профессиональную деятельность и ее результаты – с другой. По мнению О. Янсена, работник организации вкладывает большие усилия в инновационную деятельность, разработку, внедрение новых идей при условии наличия контроля над происходящими событиями [6].

Инновационное поведение – это конструкт, который включает в себя не только поведение, направленное на создание и реализацию новых идей, но и определенную культуру или ментальность сотрудников всех уровней [9]. Данную позицию развивают исследователи университета Тайваня С. Цай, Чун-Ю Пэн, Хон-Кью Чيانг (S.D. Tsai, Chung-Yu Pan, Hong-Quei Chiang). Они считают, что развитие инновационного поведения в организации возможно только при условиях смены существующей ментальной модели с традиционной на инновационную, которая и позволит привести инновационное поведение в условия организаций [9]. Важно заметить, что инновации на сегодняшний день становятся одним из центральных принципов системы менеджмента качества организации.

Под инновационной моделью исследователи понимают комплексную модель или парадигму. Для того чтобы включить работников организации в инновационную деятельность, наиболее оптимальным, с позиции авторов С. Цай, Чун-Ю Пэн, Хон-Кью Чيانг (S.D. Tsai, Chung-Yu Pan, Hong-Quei Chiang), является нахождение баланса между традиционной (traditional) и комплексной парадигмами (complexity paradigm) систем качества. Комплексная парадигма основывается на идеи нелинейного развития, беспорядка и хаоса, непредвиденности, неопределенности своего движения, целостности своей структуры и способности к самоорганизации [9]. Под призмой комплексной парадигмы организация рассматривается как сложная система, где изменение одного элемента системы может кардинально поменять функционирование всей системы [10]. Исследователи показали, что в условиях существующей ментальной модели трудно создать условия для проявления инновационности сотрудников предприятий. Ученые К. Прахалад и М. Кришнан (C.K. Prahalad & M.S. Krishnan) отмечают характерные для сегодняшнего времени изменения в понимании семантики понятия «качество» не как продукта или услуги, а наличия

инноваций [11]. Важное место в успешной деятельности современной организации занимает экспериментирование и внедрение новых инновационных технологий. Авторы С. Цай, Чун-Ю Пэн, Хон-Кью Чиаг провели исследование, в котором изучили взаимосвязь между существующей традиционной системой менеджмента качества и ее влиянием на реализацию инновационного поведения сотрудников конкретной организации. Ими было выявлено, что работа организации в рамках традиционной, иерархической парадигмы не позволяет ни персоналу, ни потребителям получать улучшения, т.к. в ней не учитываются такие факторы, как нелинейность коммуникации, отрицательный характер обратной связи, повышение напряжения между организацией и внешней средой. Исследователи выявили, что работая в рамках традиционной системы, любые изменения, касающиеся деятельности организации, активизируют защитные механизмы сотрудников, что не позволяет провести данные изменения в более конструктивной форме [9].

В свою очередь Ван де Вэн (Van de Ven) заметил, что одна из центральных проблем разработки и внедрения инноваций заключается в сохранении «живого» внимания сотрудников организации к реализации профессиональной деятельности. Привыкание или адаптация сотрудника на рабочем месте чаще всего влекут за собой невозможность или трудность улучшить свою деятельность и проблематичность в нахождении направлений улучшений, поэтому фактором, инициирующим инновационную деятельность, становится кризис, возникший как внешний катализатор [12].

Важным, с нашей точки зрения, является обозначение еще одного направления в изучении инновационного поведения, которое развивается учеными С. Скотт, А. Брус (S.G. Scott & R.A. Bruce). Они рассматривают инновационное поведение во взаимосвязи с креативным или творческим поведением, направленным на разработку идей, являющихся не только новыми, но и полезными. Вследствие того что инновационное поведение также включает разработку новых идей и их реализацию, креативное поведение является его составной частью именно в области генерации новых идей [13].

Анализ зарубежной литературы по проблематике инновационного поведения показал большую направленность существующих исследований на изучение социальных аспектов инновационного поведения (ориентированность на получение результата, зависимость от мнения окружающих, требования системы менеджмента качества и др.). При этом лишь небольшая доля исследований в области инновационного поведения направлена на изучение его индивидуальных компонентов. Это также может быть связано с тем фактом,

что исследования выстраиваются с позиции менеджмента.

Для российской психологической теории и практики существенным в определении содержания понятия «инновационное поведение» является учет индивидуальных компонентов. Качественно отличное понимание инновационного поведения и, следовательно, механизмов, инициирующих его, имеют российские исследователи Е.И. Каменкова, В.Ю. Зинченко, В.Е. Ключко, Э.В. Галажинский [14–16]. Говоря об инновационном поведении, они рассматривают не только способность человека генерировать и реализовывать качественно новые идеи, но и максимальное развитие своей индивидуальности и самоактуализацию (Е.И. Каменкова), проявление инновационного потенциала каждого отдельного субъекта...» (Ю.П. Зинченко и др.). Интересной, с нашей точки зрения, является позиция В.Е. Ключко, который под инновационным поведением понимает «поведение, которое осуществляется путем выхода за пределы сложившихся установок и поведенческих стереотипов и инициируется не системой периодически актуализируемых потребностей, но возникает инициативно в тех точках жизненного пространства человека, в которых сходятся между собой как минимум три фактора: возможности человека, среда, отвечающая этим возможностям, и готовность человека реализовывать свои возможности «здесь и теперь» [14. С. 229].

Обобщая все вышесказанное, следует отметить разнообразие позиций исследователей к пониманию инноваций и инновационного поведения. Причину такого разнообразия мы видим в разных методологических позициях авторов, придерживающихся как позиций детерминизма (О. Янссен, Ф. Йуан, Р. Вудмэн и др.), так и системной методологии (В.Е. Ключко, Э.В. Галажинский). Инновационное поведение без сомнения представляет собой комплексный феномен, который основывается как на способности и готовности человека к генерированию и внедрению новых идей, так и способности раскрывать и реализовывать свой творческий потенциал. В связи с тем что наибольший интерес сегодня занимает проблема инициации инновационного поведения, с нашей точки зрения понимание методологических оснований проблематики и содержания понятия инновационное поведение позволит подойти к проблеме выявления факторов, инициирующих проявление инновационного поведения в профессиональной деятельности. В качестве основной тенденции изучения проблемы инновационного поведения должна выступить интеграция разных подходов разрабатываемых как зарубежными, так и отечественными учеными. В связи с этим изучение проблемы инновационного поведения также было бы более комплексным при реализации возможности учета проявления инновационного поведения в аспекте разных культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Yuan F., Woodman R.W. Innovative behavior in the workplace: the role of performance and image outcome expectations // *Academy of Management Journal*. 2010. Vol. 53, № 2. P. 323–342.
2. Jong Jeroen P.J., Hartog Deanne N. Den How leaders influence employees' innovative behavior // *European Journal of Innovation Management*. 2007. Vol. 10, № 1. P. 41–64.
3. King N., Anderson N. *Managing Innovation and Change: A Critical Guide for Organizations*. London: Thomson, 2002.
4. Vroom V.H. *Work and Innovation*. N.Y.: Wiley, 1964.
5. West M.A. A measure of role innovation at work // *British Journal of Social Psychology*. 1987. Vol. 6. P. 83–85.

6. *Janssen O.* The Joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour // *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 2005. Vol. 78. P. 573–579.
7. *West V.A., Farr J.L.* Innovation at work // *Innovation and creativity at work: Psychological and Organizational strategies*: 63–80. Chichester, U.K.: Wiley, 1990. P. 3–13.
8. *Katz D.* The motivational basis of organizational behavior // *Behavioral Science*. 1964. Vol. 9. P. 131–133.
9. *Tsai S.D., Pan Chung-Yu, Chiang Hong-Quei.* Shifting the mental model and emerging innovative behavior // *Action research of a quality management system E:CO Issue*. 2004. Vol. 6, № 4. P. 28–39.
10. *Dimitrov V.* Paradigm of complexity: the law of emergence. URL: <http://www.zulenet.com/VladimirDimitrov/pages/paradigm.html>
11. *Prahalad C.K., Krishnan M.S.* The new meaning of quality in the informational age // *Harvard Bussiness Review*. 1999. № 77 (5). P. 109–118.
12. *Van de Ven.* Central Problems in the Management of Innovation Management Science. 1986. Vol. 32. P. 590–607.
13. *Scott S.G., Bruce R.A.* Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace // *Academy of Management Journal*. 1994. № 37. P. 580–607.
14. *Клочко В.Е., Галажинский Э.В.* Психология инновационного поведения. Томск: Том. гос. ун-т, 2009. С. 230–231.
15. *Психолого-педагогическое* сопровождение реализации инновационных образовательных программ / Под ред. Ю.П. Зинченко, И.А. Володарской. М.: Изд-во МГУ, 2007. С. 14.
16. *Каменкова Е.И.* Проблемы подготовки педагогических кадров к инновационной деятельности. URL: <http://festival.1september.ru/articles/516438>

Статья представлена научной редакцией «Психология и педагогика» 21 сентября 2010 г.