

Вань Хуаньхуань

Магистрант

2 курс, институт социально-гуманитарного образования

Московский государственный педагогический университет

Россия, Москва

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Аннотация: в данной работе анализируется сущность инноваций и изменений, их роль для организации, стадии проведения изменений. Также были рассмотрены ключевые характеристики изменений и их значимости для компании.

Ключевые слова: изменения, инновации, сопротивление, корпоративные, модели изменений.

Whang Huanhuan
Undergraduate
2 course, Institute of social and humanitarian education
Moscow state pedagogical University
Russia, Moscow

THEORETICAL FOUNDATIONS OF ORGANIZATIONAL CHANGE

Abstract: this paper analyzes the essence of innovation and change, their role for the organization, the stage of change. The key characteristics of the changes and their significance for the company were also considered.

Key words: changes, innovations, resistance, corporate, models of changes.

Многие российские организации, столкнувшись с необходимостью осуществления изменений, ощущают в них потребность настолько часто, что влияние изменений на жизненный цикл организации уже не рассматривается как исключительное явление. Возникающая потребность требует выявления основных методологических аспектов эффективного управления изменениями в организации, а для этого, прежде всего, необходимо определить содержание и основные виды изменений¹.

Несмотря на популярность данной тематики, освещающая ее литература характеризуется отсутствием единого определения понятия "изменение".

Наиболее употребляемое понимание "изменения" предлагает словарь русского языка, в соответствии с которым изменение – это перемена, поправка, переделка, внесенная во что-либо и изменяющая что-либо прежнее.

Философский эквивалент понятия "изменения" заключается в форме бытия объектов и явлений, всяком движении и взаимодействии, переходе из одного состояния в другое, включающего пространственные перемещения тел, внутренние превращения форм, все процессы развития, в том числе возникновение новых явлений. В философском значении изменение охватывает как количественные, так и качественные трансформации самих тел и законов движения материи.

Большой экономический словарь определяет как экономическую категорию изменение следующим образом: "изменение, значит, сделать иным, поправка перемена, изменяющая что-нибудь прежнее в деятельности организации".

Появление понятия "изменение" привлекло внимание к теории развития, поскольку развитие является, помимо всего, также и постоянным

¹ Семенов В.Г. Психология управления. – М.: Издательство Дальневосточного университета, Владивосток, 2000 г. – с.155

изменением. В результате возникают более полные трактовки, представленные как зарубежными, так и отечественными экономистами.

По мнению австрийских ученых Кристиана Фрайлингера и Иоганнеса Фишера, изменение можно представить как индивидуальный субъективный процесс, при котором люди получают новое понимание окружающего их мира и, одновременно, – это структурный процесс, когда рамочные условия находятся внутри и под теми людьми, которые оказывают влияние на возможности их восприятия и совершения других действий"².

Авторский коллектив под редакцией Е.Б. Моргунова подразумевает под изменением заметные различия в ситуации, человеке, рабочей группе, организации или взаимоотношениях, возникающие между двумя последовательными моментами времени.

С распространением применения понятия "изменение" к различным экономическим явлениям наблюдается его отождествление в трудах зарубежных и отечественных ученых с понятием "инновация"³. При этом следует отметить, что сформировался целый подход, рассматривающий инновацию как любое изменение, связанное с использованием новых или усовершенствованных технических и технологических решений в технике и технологии, организации производства, в процессах сбыта и снабжения и т.д. Данного подхода придерживаются Ф. Валента, Л. Водачек и О. Водачкова, Ю.В. Яковец, Л.Н. Оголева, С.Д. Ильенкова а также родоначальник понятия "инновация" – австрийский ученый Й. Шумпетер, который первое наиболее полное описание инновационных процессов рассмотрел в своей работе "Теория экономического развития" (1911 г.). В то время еще не говорилось об инновациях, а шла речь о процессе "новых комбинаций" в пяти следующих случаях:

- введение нового товара;

² Ким В.Ч., Моборн Р. Создание нового рыночного пространства // В кн.: Управление инновациями / Пер. с англ. Т. Гутниковой, А. Блюм. Под ред. В. Юфа. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 9-41.

³ Емельянов Евгений Николаевич, Поварницына С.Е., Психология бизнеса. Учебное пособие. - М.: АРМАДА, 1998. – с.311

- внедрение нового метода производства продукции;
- открытие нового рынка, на котором данная отрасль промышленности конкретной страны ранее не была представлена;
- завоевание нового источника сырья или полуфабрикатов, без учета более раннего существования этого источника;
- внедрение новой организационной структуры.

Позднее, в 1930-е гг., Й. Шумпетер ввел понятие "инновации", трактуя его как изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности.

Толковый словарь, основываясь на высказываниях Й. Шумпетера, под инновацией понимает осуществление изменений путем внедрения чего-либо нового.

Согласно работе Ф. Валенты, инновации в общей форме можно представить как изменение в первоначальной структуре производственного организма, т.е. как переход его внутренней структуры к новому состоянию: касается продукции, технологии, средств производства, профессиональной и квалификационной структуры рабочей силы, организации; изменения, как с положительными, так и с отрицательными социально-экономическими последствиями.

По мнению ряда авторов инновации необходимо рассматривать исходя из их целевого изменения в функционировании предприятия как системы (количественное, качественное, в любой сфере деятельности предприятия).

Как целенаправленные изменения, которые вносят в среду внедрения (в организацию, население, общество и т.д.) новые относительно стабильные элементы, – характеризует инновации А.И. Пригожин⁴.

Ю.В. Яковец, при определении инноваций выделяет только качественные изменения в производстве, которые могут относиться как к

⁴ Кужева, С.Н. Управление изменениями: учебное пособие / С.Н. Кужева. — Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. — с.55

технике и технологии, так и к формам организации производства и управления.

Л.Н. Оголева представляет инновацию как "активное или пассивное изменение данной системы в отношении к внешней среде".

С.Д. Ильенкова утверждает, что "специфическое содержание инновации составляют изменения, а главной функцией инновационной деятельности является функция изменения".

Обобщая вышеизложенное, по нашему мнению, нельзя ставить знак равенства, между понятиями "изменение" и "инновация" и причислять внедрение любого изменения к разряду новшеств, так как к инновации можно относить только активные, целенаправленные изменения⁵. Изменение это замена чего-то, а инновация – это дополнению к чему-то. Следовательно, всякая инновация есть изменение, но не всякое изменение можно считать инновацией.

Понятие "изменение" является более абстрактным по отношению к понятию "инновация", что определяет ее повсеместность. В связи с тем, что в организации нет такой вещи или идеи или свойства, которые бы не изменялись, изменения происходят непрерывно, и любое начатое изменение не исчезает, а становится началом новых изменений⁶. Таким образом, изменение представляет собой переход от текущего состояния к будущему.

Изменения в организации происходят неравномерно, то быстро, то медленно, при этом они сопровождаются противоположными тенденциями, направленными против явных перемен, т.е. если сегодня изменения проходят легко и быстро, то завтра они могут встретить на своем пути сопротивление.

⁵ Коллис Д., Монтгомери С. Создание корпоративных преимуществ // В кн.: Корпоративная стратегия / Пер. с англ. А. Куницына. Под ред. О. Нижельской. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 9-40.

⁶ Нанака, И. Компания — создатель знания / И. Нанака, Х. Такеучи. — М.: Гардарики, 2007. — с.211

Литература:

1. Кужева, С.Н. Управление изменениями: учебное пособие / С.Н. Кужева. — Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. — 140 с.
2. Нанака, И. Компания — создатель знания / И. Нанака, Х. Такеучи. — М.: Гардарики, 2007. — 312 с.
3. Панфилов, Н.В. Методы управления изменениями / Н.В. Панфилов. — М.: Лаборатория Книги, 2010. — 84 с.
4. Семенов В.Г. Психология управления. — М.: Издательство Дальневосточного университета, Владивосток, 2000 г. — 250 с.
5. Емельянов Евгений Николаевич, Поварницына С.Е., Психология бизнеса. Учебное пособие. - М. : АРМАДА, 1998. — 511 с.
6. Ким В.Ч., Моборн Р. Создание нового рыночного пространства // В кн.: Управление инновациями / Пер. с англ. Т. Гутниковой, А. Блюм. Под ред. В. Юфа. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — С. 9-41.
7. Коллис Д., Монтгомери С. Создание корпоративных преимуществ // В кн.: Корпоративная стратегия / Пер. с англ. А. Куницына. Под ред. О. Нижельской. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — С. 9-40.