

ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МЕНЕДЖМЕНТУ НОВОВВЕДЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено питання необхідності інновацій в організації. Визначено способи подолання психологічних бар'єрів в процесі впровадження інновацій. Проаналізовано роль інноваційної культури в розвитку суспільства та організації зокрема. Визначено підходи до розвитку інноваційної культури студента у вищій школі.

Ключові слова: нововведення, психологічні бар'єри на шляху до впровадження нововведень, подолання психологічних бар'єрів в процесі впровадження інновацій, інноваційна культура.

Abstract

The issue of the need for innovations in the organization has been investigated. The ways of overcoming psychological barriers in the process of introduction of innovations are determined. The role of innovation culture in the development of society and organization in particular is analyzed. The approaches to the development of an innovative culture of a student in a high school are determined.

Key words: innovations, psychological barriers to introducing innovations, overcoming psychological barriers in the process of innovation, innovation culture.

Вступ

Історичний аналіз розвитку високорозвинених цивілізованих суспільств засвідчує домінантність інноваційної складової їх розвитку. Можемо говорити про формування інноваційних суспільств. Серед проблем, з якими стикається сучасне суспільне виробництво немає важливішої і складнішої, ніж проблема нововведень. Інноваційний процес стосується, як правило, мети, структури, задач, технологій і людських ресурсів організації. Саме тому інноваційна сфера є однією з найважливіших у діяльності керівника, менеджера, які працюють в галузі впровадження нововведень у організаціях.

Метою статті є дослідження психологічних засад менеджменту нововведень в організації.

Основна частина

Нововведення – це результат практичного освоєння новації; заходи, спрямовані на перетворення будь-яких компонентів у структурі або функціонуванні організації.

Необхідність нововведень визначається поєднанням зовнішніх та внутрішніх чинників. До *зовнішніх чинників* належать [1]:

- політичні – зміни політичного курсу країни, законодавства, керівників на різних рівнях влади тощо;
- економічні – спад або піднесення економіки, зміна обмінних курсів національної валюти і відсоткових ставок на кредити, зміни в системі фінансування, виснаження сировинних ресурсів тощо;
- попит на ринку – відмова або підвищення попиту на певні товари й послуги;
- технологічні – створення нових виробничих технологій, інформаційних систем і каналів комунікації, зміна умов доступу до нових технологій тощо;
- соціальні – зміна соціальних цінностей та смаків, поява нових потреб, зміни соціальної структури тощо;
- конкуренти – поява нових, занепад існуючих конкурентів тощо;
- стихійні лиха або техногенні катастрофи.

Внутрішні чинники, які викликають необхідність нововведень, пов'язані з усвідомленням необхідності або бажанням розвивати нові напрями діяльності, підвищувати продуктивність праці, мотивацію персоналу, поліпшувати якість та обслуговування, розширювати обсяг продажу, берегти кадри, зміцнювати позиції на ринку тощо.

Люди по-різному реагують на нововведення. З погляду психології це в багатьох випадках залежить

від особистісного ставлення до змін, зумовленого позитивним чи негативним їх оцінюванням. У процесі запровадження будь-якого обґрунтованого нововведення утворюється принаймні п'ять груп людей, які по-різному реагують на зміни: противники, скептики, нейтралі, прихильники та ентузіасти [1]:

- *Противники*. Вони негативно ставляться до нововведень, надають перевагу традиційним методам, способам, формам роботи. Іноді чинять опір конкретному нововведенню, намагаються залучити до цього і тих, хто ще повністю не визначився.
- *Скептики (вербальні противники)*. Вони на словах виявляють незадоволення нововведеннями, однак за власною ініціативою не вдаються до жодних практичних кроків, які б унеможливили зміни.
- *Нейтралі*. Ця категорія осіб байдуже ставиться до будь-яких змін та нововведень. Вони вважають, що нововведення не вплине на їх трудову діяльність, а якщо це і станеться, то незначною мірою.
- *Прихильники*. Вони, як правило, схвалюють і на словах підтримують нову ідею, однак у конкретній справі малоініціативні. Іноді у них виникають сумніви щодо ефективності й актуальності конкретного варіанта проекту.
- *Ентузіасти*. Як ініціатори або активні прихильники змін, вони підтримують їх і на словах, і на практиці. Своїми ідеями намагаються залучити до нової справи якомога більше людей в організації.

Дослідниками визначено такі головні психологічні бар'єри на шляху до нововведень [2].

- *Бар'єр некомпетентності* – обумовлений складнощами впровадження, пов'язаними з невпевненістю робітників у своїх силах, щоб успішно справитися з роботою після нововведень.
- *Бар'єр навички, звички, традиції* є наступним за значимістю та обумовлений прив'язаністю до сформованого та автоматизованого способу роботи з технікою, відносно до технологічних вимог і організаційних структур.
- *Бар'єр ідилії* – пов'язаний з задоволеністю деяких працівників, їх становищем на роботі, в побуті, що призводить до неактивності людини при впровадженні інновацій.
- *Бар'єр збільшення психофізіологічного навантаження* – страх збільшення норм, планових завдань, підвищення психічного та фізичного навантаження.
- *Бар'єр винагородження (інтересу)* – проявляється як страх зниження винагород після нововведення, коли невідомі розмір винагород і ранг майбутньої посади. Різновидами бар'єра є зарплата, просада, соціальний статус. В основі цього бар'єра лежать інтереси людини.
- *Бар'єр зміни місця роботи* – виникає в результаті скорочення штатів, переміщення на нову роботу.
- *Бар'єр марки* (фірми, авторитету впроваджувача, доцільності) – це прояв негативного ставлення до нового, недостатньо авторитетного або доцільного.

Визначено способи подолання психологічних бар'єрів в процесі впровадження інновацій [1].

- *Просвіта та поінформованість співробітників*. Інформування про нововведення до того, як воно відбудеться, можливість співробітників з'ясувати хвилюючі питання, висловити побоювання з приводу передбачуваної зміни, відкрите спілкування і взаємодія допомагають їм усвідомити необхідність змін, відчуті, що у прийнятті рішення щодо них враховано і думку колективу. Усе це дуже важливо за дефіциту інформації, циркулювання недостовірних відомостей.
- *Участь і залучення людей до обговорення нововведень*. Свідченням цього є готовність ініціаторів змін вислухати осіб, яких вони торкаються, використати їхні поради. Цей підхід є ефективним, якщо ініціатори змін потребують додаткової інформації та підтримки тих, кого вони стосуватимуться.
- *Допомога та підтримка*. Вони залежать від типу перетворень, можуть охоплювати навчання нових навичок, управління стресом, обговорення спільних проблем, конкретну підтримку співробітників, які потребують допомоги.
- *Переговори та угоди*. Таку тактику (з окремими індивідами, з групами) застосовують, коли нововведення реально ставлять конкретних осіб у програшне становище.

Визначальною причиною успішного впровадження нововведень є інноваційна культура співробітників, задіяних в цих трансформаційних процесах організації.

Інноваційна культура – це система суспільних цінностей, які відповідають інноваційному розвитку суспільства, держави, регіонів, галузей економіки, підприємств, організацій і відображають індивідуально-психологічні якості, інші найважливіші соціальні цінності людини, які сприяють формуванню та розвитку інноваційно активної особистості [3].

Така культура забезпечує окремій особистості принципи інноваційної моделі поведінки. Таким чином, інноваційну культуру необхідно розглядати не тільки як результат, але й як своєрідний спосіб діяльності та мислення людини. Вона відображує не лише рівень розвитку суспільних інноваційних процесів, але й міру участі в цих процесах людей, їх потребу в інноваційній діяльності. Її наявність та розвиток забезпечує сприйнятливості людей до нових ідей, їх готовність і здатність підтримувати й реалізовувати інновації у всіх сферах життя.

Значна роль у формування інноваційної культури людини належить вищій школі. Можемо визначити два взаємопов'язаних підходи до розвитку інноваційної діяльності студента [4].

Перший, визначимо його як *просвітницький*, полягає у становленні світогляду особистості, який визначається такими засадами: 1) постійні зміни, інновації в розвитку суспільства це об'єктивний процес, необхідна умова успішного розвитку політичної, економічної, соціальної сфер та розвитку суспільства загалом; 2) важливою умовою самореалізації особистості, зокрема в сфері професійної діяльності є розвиток у неї: потреби в інноваційній діяльності, сприйнятливості до нових ідей, готовності і здатності підтримувати й реалізовувати інновації у всіх сферах життя.

Інший підхід, базується на необхідності становлення *інноваційної моделі педагогічного (навчального) процесу*, особливо в процесі педагогічної взаємодії. З одного боку це інноваційна установка та діяльність студента в основі яких отримання сучасних, інноваційних знань, умінь та навичок та інноваційні методи їх отримання. З іншого боку, це інноваційна діяльність педагога, зокрема в напрямі використання інноваційних технологій педагогічного процесу та педагогічної взаємодії зі студентом.

Реалізація цих підходів дасть можливість зробити значний крок у розвитку інноваційної культури особистості, особливо у сфері майбутньої професійної діяльності.

Висновки

Історичний аналіз розвитку високорозвинених цивілізованих суспільств засвідчує домінуючість інноваційної складової їх розвитку. Саме тому інноваційна сфера є однією з найважливіших у діяльності керівника, менеджера, які працюють в галузі впровадження нововведень у організаціях.

Необхідність нововведень в організації визначається поєднанням зовнішніх та внутрішніх чинників. Люди по-різному реагують на нововведення. З погляду психології це в багатьох випадках залежить від особистісного ставлення до змін, зумовленого позитивним чи негативним їх оцінюванням. Тому важливим є визначення та реалізація відповідних механізмів подолання психологічних бар'єрів в процесі впровадження інновацій.

Визначальною причиною успішного впровадження нововведень є інноваційна культура співробітників, задіяних в трансформаційних процесах організації. Значна роль у формування інноваційної культури людини належить вищій школі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : навч. посібник / Орбан-Лембрик Л. Е. – К. : Академвидав, 2003. – 568 с.
2. Бандурка А. М. Психологія управління / Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землянская Е. В. – Харьков : Фортуна-Пресс, 1998. – 464 с.
3. Власова О. І. Соціальна психологія організацій та управління : підручник / О. І. Власова, Ю. В. Никоненко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 398 с.
4. Прищак М. Д. Педагогіка, психологія та методика викладання у вищій школі: курс лекцій / М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська. – Вінниця : ВНТУ, 2019. – 150 с.

Прищак Микола Дем'янович – канд. пед. наук, доцент кафедри філософії та гуманітарних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Лесько Олександр Йосипович – канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємництва та виробничого менеджменту, м. Вінниця.

Pryschak Nicolai Demianovich – Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Philosophy and Humanities, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

Lesko Alexander J. – Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor, Head of the Chair of Economics and Business Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.