

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

соискатель **Симонян А.А.**, к.т.н., профессор **Поникаров В.А.**
*Московский государственный университет
приборостроения и информатики (Российская Федерация)*

Разработка и внедрение инновационных мероприятий имеют для предприятий важнейшее значение как средство повышения их конкурентоспособности. Внедрение новшеств оказывает влияние не только на организационную структуру предприятия, но и на развитие общественных отношений и коммуникационных каналов.

Проблемы, которые возникают в ходе внедрения инноваций, обычно связывают с экономическими и финансовыми факторами. Но основным фактором, препятствующим нововведениям, является психологический аспект, а именно система ценностей, творческие способности персонала предприятия, степень гибкости руководства и т.д.

Успешность реализации новой идеи зависит и от того, стала ли эта идея мотивом поведения сотрудника, взаимодействующего с клиентом. Сотрудник может предлагать клиенту новую услугу по-разному: перечислять её наряду с другими, не разъясняя преимуществ новой, а может использовать особые эмоционально-психологические приёмы, подчеркивающие новизну предлагаемой услуги.

По субъективным отчетам сотрудников оказалось, что именно в этом психологическом действии они испытывают трудности. Причем трудность эта проявлялась на многих уровнях:

- на уровне предприятия в целом сотрудники коммерческого отдела не ценятся, хотя они приносят основную прибыль;
- на уровне субъективного восприятия предлагаемой клиентам услуги сотрудники сомневаются в ценности и качестве продукта;
- на уровне контакта с клиентом установка на него связана с представлением: «есть деньги – не хочет давать».

Инновационный климат предприятия, как и общества в целом, существенно поддерживается не материальными, а духовными ценностями. Таким образом, на любом предприятии, постоянно тяготеющем к новаторству, необходимо не только поддерживать и развивать способность сотрудников к принятию творческих решений, но и формировать атмосферу и готовность к нововведениям.

Выделяют следующие этапы внедрения инновационных мероприятий на предприятии: инициация; принятие решения о необходимости новации; разработка мероприятий по введению нового; подготовка объекта (и групп людей) к новации; внедрение нового; экспертиза результатов.

По закону функционирования систем изменения в отдельных её частях ведут к изменениям в целом в системе. Людям приходится адаптироваться к изменениям, а менеджерам – постоянно следить за изменениями во внешней среде предприятия и проводить необходимые реорганизации в её внутренней среде. В связи с этими изменениями у менеджеров возникают определённые проблемы.

Во-первых, необходимо предвидеть события, инициировать перемены, чтобы стремиться к управлению судьбой предприятия. Это обеспечивает менеджмент, который предполагает способность отслеживать систему со стороны, внутренне, и наблюдать за собой изнутри – «как я отслеживаю изменения». Во-вторых, менеджеру приходится поддерживать групповое равновесие на предприятии и в индивидуальном сознании её сотрудников. В-третьих, необходимо применять специальные мероприятия и приёмы, которые управляют процессами изменений.

ИНФРА-М, 2009. – 448 с.

2. Почебут, Л. Г. Организационная социальная психология: учеб. пособие / Л. Г. Почебут, В. А. Чикер. – М.: «Экзамен» 2009. – 298 с.

3. Советова, О. С. Инновации: теория и практика / О. С. Советова. М.: Дело 2010. –238 с.

4. Троицкая, И. В. Психология отношения к экономическим явлениям: монография / И. В. Троицкая. М.: Юнити, 2010. – С. 159-162.

Симонян, А.А. Социально-психологические проблемы разработки и внедрения инновационных мероприятий [Текст] / А.А. Симонян, В.А. Поникаров // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 124-126.