

А. А. БЕФАНИ

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В статье представлена система психологических факторов, которые обеспечивают формирование инновационного потенциала организации.

Ключевые слова: организация, инновационный потенциал, социально-психологические факторы.

Эффективное функционирование и развитие любой организации предполагает её включение в инновационные процессы, направленные на модернизацию оборудования, расширение номенклатуры выпускаемой продукции, введение новых форм управления, прогрессивных технологий и т. д.

Перед современными руководителями стоит задача не только технически грамотно осуществлять прогрессивные нововведения, но и в полной мере использовать при этом все возможности так называемого “человеческого фактора”, учитывать особенности отношения людей к каждому конкретному новшеству, преодолевать социально-психологические трудности инновационного процесса.

В психологии управления установленным фактом является наличие у персонала организаций при внедрении нововведений негативного отношения к ним, вследствие чего многие объективно необходимые, научно обоснованные и, казалось бы, технически совершенные новшества оказываются малоэффективными. Возникающие у сотрудников психологические барьеры консервируют скрытый потенциал их активности по отношению к инновационному объекту либо направляют активность в сторону, противоположную от него [1], [3], [4], [5], [7], [10].

Барьеры возникают в инновационных ситуациях, несмотря на то, что с данным новым объектом человек сталкивается впервые, и непосредственного опыта отрицательного взаимодействия с ним у

него нет. Но сама неопределенность, новизна ситуации провоцируют смутное ощущение несоответствия новых требований сложившимся стереотипам и, как следствие, самозащиту.

На формирование психологических барьеров влияют фиксированные установки относительно иных нововведений, а также отрицательные представления о данном новшестве, усвоенные от других людей без понимания и осмысления. На основе указанных факторов в момент встречи личности с конкретным новшеством и возникает отрицательная актуальная социальная установка, определяющая поведение относительно данной инновации, мешающая адаптации личности к деятельности в новых условиях.

Как известно, человеческое сознание противоречиво: с одной стороны, ему свойственны инерционные черты, выражающиеся в склонности поддержать, сохранить раз установившийся и длительное время поддерживаемый порядок работы, ход мыслей и т. п. С другой стороны, сознание осуществляет постоянный прорыв в будущее: на основе механизма антиципации оно способно, построив модель будущего, адаптировать человека к новому. Однако ломка стереотипов требует времени и целенаправленных усилий по формированию позитивного отношения к нововведениям.

Эмпирический материал, полученный нами в ходе социально-психологических исследований на крупнейших предприятиях г. Одессы (в частности, в Одесском морском торговом порту), позволил сделать вывод относительно необходимости создания в каждой развивающейся организации специального инновационного потенциала, который не только призван уменьшить масштаб и высоту психологических барьеров у сотрудников организации в процессе нововведений, но и обеспечить гибкость всей системы управления и саморегуляцию внутри коллектива [1].

Формирование инновационного потенциала организации представляет в современных условиях развития отечественной рыночной экономики актуальную практическую задачу. Что касается теоретической значимости данной проблемы, то с уверенностью можно утверждать, что изучение особенностей личности и группы как субъектов инновационных процессов в организациях принадлежит к числу мало разработанных в психологической науке.

Цель данной статьи — раскрыть понятие инновационного потенциала организации и содержание социально-психологических факторов, формирующих этот потенциал.

Инновационный потенциал организации понимается нами как её организационно-технологическая и социально-психологическая готовность к инновационным процессам, являющаяся предпосылкой к успешной разработке и эффективному внедрению нововведений.

Инновационный потенциал отражает внутренний источник развития организации. В организациях с низким инновационным потенциалом внедрение очень нужных и основанных на прогрессивных решениях новшеств связано с большими трудностями, вызывает у сотрудников психологические барьеры большого масштаба. При высоком потенциале потребность организации в обновлении всегда покрыта внутренними возможностями для успешной инновационной деятельности.

Как мы уже отмечали, большинство сотрудников организаций руководствуются жёстко согласованной системой диспозиций, медленно перестраивающейся, обеспечивающей трансляцию прошлого опыта. Именно поэтому целенаправленное формирование в организации её инновационного потенциала предполагает управление всем опытом инновационной деятельности персонала, создание условий для перестройки у субъектов нововведений системы диспозиций.

Как писал М. Мамардашвили, существует «аксиома снежного кома деятельности»: нет деятельности — не будет и ничего нового; потенциальность всегда предназначена реализовываться [6].

Действительно, чем богаче и успешнее опыт инновационной деятельности, тем выраженнее становится инновационный потенциал её субъектов.

Раскроем содержание социально-психологических факторов формирования позитивного инновационного опыта организации и её инновационного потенциала.

Выделим две группы факторов: во-первых, личностный потенциал руководителей, обеспечивающих гибкую, эффективную систему управления нововведениями; во-вторых, те социально-психологические факторы, которые образуют инновационный потенциал группового субъекта инновационных процессов. Ведущее значение имеет первая группа факторов, поскольку именно руководство призвано обеспечить потенциал отдельных малых групп и организации в целом, а в конечном итоге — саморегуляцию группового субъекта инновационной деятельности.

В структуру инновационного потенциала личности руководителя мы включили такие компоненты: особенности мотивации; об-

щие умственные способности; уровень социального интеллекта и коммуникативной компетентности; волевые качества; интегральные социально-психологические характеристики личности.

Среди особенностей мотивационной сферы личности руководителя следует обозначить:

- инновационную мотивацию как элемент всей системы ценностей;

- потребность ко всему подходить творчески, осуществлять проблематизацию привычных, хорошо знакомых ситуаций, не несущих, казалось бы, никаких проблем и не требующих изменений;

- личную заинтересованность в нововведениях, увлечённость инновационным процессом, переживание позитивного отношения к нему.

К общим умственным способностям в качестве факторов инновационного потенциала нами отнесены:

- способность проблемно мыслить (видеть возможности изменения, совершенствования ситуации);

- способность системно мыслить (видеть все элементы ситуации панорамно, целостно);

- способность прогнозировать будущие трудности и последствия развития конкретных ситуаций, актуальность конкретных нововведений;

- антиномичность мышления (способность использовать мысли и предложения, противоположные собственным позициям);

- гибкость мышления;

- способность принимать и осваивать новое;

- способность актуализировать весь свой прошлый опыт;

- креативность как способность к конструктивному, нестандартному мышлению и поведению, а также к осознанию и развитию своего опыта [9]. Креативность следует рассматривать в качестве интеграции высоких умственных способностей и мотивационных характеристик [2]. Она помогает руководителю выдвигать новые идеи и находить оригинальные решения сложных технических, технологических, управленческих проблем.

Компонентами социального интеллекта и коммуникативной компетентности руководителя являются следующие социально-психологические факторы:

- рефлексивные и эмпатические способности;

– способность улавливать и выражать общую мысль участников ситуации относительно возникающих в инновационном процессе проблем;

– способность адекватно воспринимать и оценивать других;
– диалогичность, способность стать на точку зрения и позицию другого;

– кооперативность как склонность к сотрудничеству;
– способность влиять на других, привлекать их к решению задачи;
– способность создавать смысловую конгруэнтность с другими участниками взаимодействия;

– способность достигать уважения и аттракции со стороны других;
– владение навыками эффективной коммуникации (приёмами и техниками активного слушания, проведения диалога и т. д.);

– способность ориентироваться в социальных ситуациях разного типа на основе богатства когнитивных репрезентаций;

– способность дифференцировать существенные и несущественные элементы социальной ситуации;

– высокая сензитивность к незаметным особенностям ситуации;

– способность воздействовать на динамику инновационного процесса (ускорять или тормозить процесс);

– способность гибко и адекватно реагировать на изменение инновационной ситуации и на возникающие трудности и препятствия.

Инновационный потенциал руководителя включает в себя такие волевые качества, как последовательность и настойчивость в достижении целей, способность решительно реагировать на изменение инновационных ситуаций, уверенность в себе, самообладание, готовность к риску.

К числу интегральных личностных характеристик руководителя, влияющих на различные параметры его личности и на поведение в процессе нововведений, принадлежат:

– внутренний локус контроля как склонность приписывать ответственность за результаты своей деятельности не внешним силам, а собственным способностям и усилиям;

– активность как способность инициировать изменения в отношениях с социальным миром, развитие организации и саморазвитие;

– преобладание конструктивно-преобразующей стратегии совладания с трудными социальными ситуациями.

К социально-психологическим факторам формирования готовности организации как группового субъекта деятельности к нововведениям мы отнесли следующие:

– наличие в организации инновационной стратегии как долгосрочной линии деятельности для подготовки, разработки и внедрения новшеств, которая определяет, во имя чего и в каком направлении осуществлять каждое нововведение;

– наличие в организации атмосферы инициативы и творчества, способствующей развитию у сотрудников стремления к обновлению и совершенствованию своей работы и работы организации в целом;

– вовлечённость сотрудников в инновационный процесс на всех его стадиях, начиная с активного обсуждения проекта нововведения, его прогнозируемых последствий и трудностей и кончая участием в практической реализации проекта;

– обеспечение возможности для индивидов и групп проявлять в процессе нововведений инициативу, конструктивную критику и даже сопротивление тем новшествам, которые не заслуживают, по их мнению, внедрения;

– сформированная на основе всего прошлого опыта инновационной деятельности и постоянно усиливающаяся уверенность сотрудников в том, что руководство выполнит все обязательства, связанные с нововведением;

– функционирование системы социально-психологической информированности персонала по всем вопросам инновационной деятельности с оперативным получением и использованием обратных связей о возникающих трудностях;

– развитие навыков группового принятия решений в официально зафиксированных малых группах организации;

– для совместной разработки перспективных направлений развития организации, а также для координации и контроля процесса внедрения конкретных новшеств создание не отражённых в официальной структуре организации инициативных рабочих групп;

– первоочередная зависимость социального статуса каждого сотрудника не от его места в иерархической структуре, а от его участия в решении узловых проблем организации;

– обеспечение сотрудничества между исполнителями всех социальных ролей в инновационном процессе;

– функционирование системы поиска среди сотрудников творческих личностей, способных генерировать инновационные идеи и проявлять инициативу в их дальнейшей реализации;

– функционирование системы обучения сотрудников инициативно-творческому решению производственных задач;

– наличие гибкой системы стимулирования сотрудников за активное участие во всех стадиях инновационного процесса;

– мотивационное обеспечение убежденности потенциальных инноваторов в том, что руководство приветствует и поддерживает новые идеи, а их авторов ценит;

– наличие в каждом организационном подразделении группового меньшинства, которое является источником инновационных идей, инициатором их внедрения, организатором групповых процессов, активизирующих потенциальные ресурсы группы [8];

– использование в процессе нововведений социально-психологических тренингов сензитивности и общения для формирования взаимопонимания, умения разрешать конфликты в отдельных группах, а также в межгрупповом взаимодействии.

Таким образом, инновационный потенциал организации понимается нами как её организационно-технологическая и социально-психологическая готовность к инновационным процессам, которая является внутренним ресурсом организации, предпосылкой к успешной разработке и эффективному внедрению нововведений. Мы пришли к выводу, что потенциал не создаётся в инновационных процессах сам собой, без целенаправленных усилий со стороны руководства. Необходимы постоянное увеличение гибкости всей системы управления организацией и обеспечение возможностей организационной саморегуляции. Успешный инновационный опыт, становясь источником позитивного отношения сотрудников к нововведениям, способствует возрастанию инновационного потенциала организации.

Мы включили в структуру социально-психологических факторов формирования инновационного потенциала организации, во-первых, личностный потенциал руководителей, во-вторых, факторы, образующие потенциал группового субъекта организационных ново-

Литература:

1. Бефани А. А. Отношение личности к ситуациям инновационной неопределённости // Актуальные проблемы современной психологии. — Харьков: ХГУ, 1993.
2. Богоявленская Д. Б. Интеллектуальная активность как проблема творчества. — Ростов-на-Дону, 1983.
3. Ильина Н. А. Отношение к нововведениям в производственном коллективе. — Л.: ЛГУ, 1985.
4. Коростылёва Л. А., Советова О. С. Психологические барьеры и готовность к нововведениям. — СПб.: СПбГУ, 1995.
5. Лапин Н. И., Пригожий А. И. Факторы, способствующие и препятствующие эффективному осуществлению нововведений в организациях // Социальные факторы нововведений в организационных системах. — М.: ВНИИСИ, 1990.
6. Мамардашвили М. К. Психологическая топология пути. — СПб., 1997.
7. Марья Т., Пуусепп М. Групповой метод управления инновационным процессом в производственной организации // Структура инновационного процесса. — М.: ВНИИСИ, 1990.
8. Социальная психология / Под ред. С. Московичи. — СПб.: Питер, 2007.
9. Хрящёва Н. Ю. Креативность как фактор самореализации личности в изменчивом мире // Психологические проблемы самореализации личности. Вып. 2. — СПб.: СПбГУ, 1998.
10. Эленурм Т. Методы подготовки и управления процессами нововведения на предприятии. — Таллин: МИПКР, 1986.

А. А. Бефани

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В статті представлено систему психологічних факторів, що забезпечують формування інноваційного потенціалу організації.

Ключові слова: організація, інноваційний потенціал, соціально-психологічні фактори.

A. A. Befani

THE SYSTEM OF SOCIAL-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF INNOVATION POTENTIAL FORMING IN ORGANIZATION

This article is devoted to system social-psychological factors, which determine innovation potential forming in organization.

Key words: organization, innovation potential social-psychological factors.