

## ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Автор: Жужома Юлия Николаевна (Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия)

В работе рассмотрены особенности инновационных процессов в кредитных организациях. Процедура "внедрения инноваций" нашла глубокое отражение в научных трудах последнего десятилетия. Однако в кредитных организациях по-прежнему наблюдается некий "застой". Выявление проблем внедрения инноваций: задача первостепенной важности для обеспечения их конкурентоспособности.

Цель: исследование инновационных процессов в кредитных организациях.

Задачи: выявление проблем внедрения инноваций кредитных организаций.

Основным и характерным признаком инновационных изменений проводимых в кредитных организациях является то, что внедряются либо уже готовые новации, либо те, которые в любом случае хоть и разработаны специально для организации, но все равно не ее специалистами и за ее пределами. Доминирующее место занимает подражание наиболее значимому успешному и эффективному опыту других игроков на рынке кредитных организаций, большинство из которых избегают позиций первооткрывателей, не проявляя при этом высоких рискованных appetitov.

Создание, изучение, распространение и внедрение новшеств и передового опыта затрагивает психические аспекты жизнедеятельности человека. Современной инноватикой доказано, что кроме положительного эффекта, включение в инновационную деятельность оказывает негативное влияние на психическое состояние сотрудников: повышение уровня тревожности, неуверенности в себе, потерю самоуважения, преобладание в поведении оборонительного настроя и других проявлений, а также увеличение напряженности во взаимоотношениях между членами служебного коллектива, повышение конфликтности, что в свою очередь влияет на текучесть кадров, способствует возникновению «инновационных барьеров», приводит к «торможению» процесса нововведения.

Психологическое обеспечение внедрения инноваций в профессиональной деятельности специалистов кредитных организаций требует решения двух основных задач:

1) выявление психологических особенностей явлений и феноменов, присущих кредитной организации, ее структурным подразделениям, в которых планируется внедрение инноваций и инновационных изменений;

2) плановое, продуманное и контролируемое воздействие с целью наиболее эффективного проведения внедрения инноваций. Методы и способы воздействия на сотрудников, участвующих во внедрении инноваций, во многом зависят от этапа инновационного процесса и от желаемых результатов проводимых изменений.

Психологическое воздействие – это ни что иное как конкретный случай влияния, которое представляет собой процесс и результат изменения индивидом поведения другого человека, его внутренних убеждений, намерений, представлений, принципов, допущений и прочее в процессе взаимодействия с ним.

В процессе воздействия для наибольшей эффективности необходимо создавать наиболее благоприятные условия, соблюдая золотое правило поддержания контакта руководителей с каждым из подчиненных получая обратную связь о результативности проводимых изменений. Это в свою очередь реализует один из принципов менеджмента качества «вовлечения людей»

При внедрении инноваций в кредитных организациях необходимо учитывать условное деление всех участников инновационного процесса на две основные категории:

а) «Инноваторы» - это более смелые и работоспособные, устойчивые к стрессу лица, но менее чувствительные и гибкие в отношениях с людьми;

б) «Противники перемен» - наоборот, более социально «умные», приспособляемые, осторожные и чувствительные. В силу своей тревожности и подверженности стрессу они выставляют психологические барьеры по отношению к нововведениям.

В процессе исследования прослеживается закономерность: «инноваторы» обладают явным стремлением внедрять новшества, но испытывают большие трудности во взаимодействии с людьми. «Противники перемен» сопротивляются нововведениям, но по своим личностным характеристикам лучше понимают людей и могут с ними взаимодействовать, в том числе и с руководством.