УДК 658.589

КРЕАТИВНИЙ ПЕРСОНАЛ ЯК ГОЛОВНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Продіус О.І., к.е.н.
Одеський національний політехнічний університет

У статті проаналізовано вплив глобалізації економіки на зміни в інноваційному розвитку менеджменту організації. Досліджено сутність поняття «креативний менеджмент», «креативність персоналу». Ідентифіковано й обґрунтовано важливі аспекти розвитку креативності кадрів, їх ролі в інноваційному розвитку підприємства. Уточнено поняття «креативний потенціал підприємства», удосконалено методичні підходи до управління креативним потенціалом. Виявлено та досліджено основні чинники, які впливають на формування та розвиток креативності у персоналу. Розроблено методичні рекомендації з підвищення ефективності інноваційного розвитку організації на засадах використання креативності персоналу.

***Ключові слова*:** креативність, персонал, організація, інноваційний розвиток, креативний потенціал, креативний менеджмент

The influence of globalization of the economy to changes in innovation development of the organization's management has been analyzed. The nature of the concept of «creative management and creativity of the personnel» has been explored. Important aspects of the values of the personnel and the development of creativity of the personnel, their role in innovative development of the enterprise have been identified. The notion of «creative potential of the enterprise» has been refined, methodological approaches to the management of creative potential have been impoved. The basic factors that influence the formation and development of creativity of the personnel have been identified and investigated. Methodological recommendations on increasing of efficiency of innovative development of the organization on the basis of use of personnel creativity have been developed.

Keywords: creativity, personnel, organization, innovation, creativity, creative management

Актуальність проблеми. В умовах, коли глобалізація та неоліберальні ринкові механізми створюють широкі можливості для швидкого пересування між країнами нових знань, ідей, технологій та інформації, а також устаткування, машин, висококваліфікованих спеціалістів, конкурентні

© Продіус О.І., к.е.н., 2013

позиції тієї чи іншої країни визначаються не стільки їх здатністю створювати нові знання і технології, а перевагами у випередженні можливих конкурентів щодо впровадження інновацій у виробництво і запропонування виробленої на їх основі продукції споживачеві.

Сучасні вітчизняні підприємства, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати і впроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність в ринковій економіці. Адже успіх економічного розвитку підприємства вирішальною мірою залежить від впровадження у його діяльність нововведень та, на цій основі формування конкурентних переваг [1].

У західному менеджменті управління процесами формування нових ідей відносять до «креативного менеджменту», який є частиною інноваційного менеджменту. Креативний менеджмент реалізується на передпроектної і проектної стадіях інноваційного циклу, завданням яких є формування та відбір нових ідей для їх практичної реалізації в інноваційних проектах.

Креативність завжди була основним джерелом розвитку суспільства. Так, якщо у давнину і середні століття креативність проявлялася в основному в мистецтві, то, починаючи з другої половини 17 ст. і до першої половини XIX ст., вона проявлялася, в основному, в науці і мистецтві. З другої половини XIX ст. в науці і техніці, а з середини XX ст. вона проявляється в першу чергу в техніці та економіці [2].

Тема розвитку креативного менеджменту є надзвичайно актуальною для сучасного розвитку українського суспільства, має велике значення, так як вихід України із кризи пов'язан з упровадженням в життя загально цивілізаційних засад управління, які базуються на нових підходах менеджменту.

Успішний креативний менеджмент дає можливість підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток. Метою креативного менеджменту є генерація нових ідей і пошук нових рішень для досягнення успіху країни, фірми та організації в різних областях. Креативний менеджмент направлен на всебічне розкриття твор-

чих здібностей людей, тоді як традиційне адміністрування засноване на виконанні людьми твердо встановлених правил і не спрямоване на виявлення ними ініціативи і розкриття всіх своїх здібностей [2, 3].

Аналіз останніх наукових досліджень. Серед наукових праць, присвячених дослідженню інноваційної проблематики розглядаються питання, пов'язані із стимулюванням творчих пошуків, розвитком методів акумулювання і оброблення креативних ідей, формуванням креативних груп працівників тощо. Найвідомішими у цих напрямах є праці Г. Альтшуллера, Т. Березіної, Г. Ванюріхіна, В. Василенка, В. Вербби, О. Волкова, А. Гальчинського, В. Геєця, В. Герасимчука, Т. Гончаренка, Дж. Гілфорда, Д. Дайкера, П. Друкера, С. Ілляшенка, В. Ільчука, Є. Крикавського, О. Кузьміна, Б. Малицького, Б. Мізюка, І. Новікової, П. Перерви, Й. Петровича, В. Пономаренка, Ж. Поплавської, Ю. Стадницького, П. Торренса, Д. Харрінгтона, Д. Черваньова, Б. Чумаченка, Н. Чухрай, А. Шегди, К. Янковського та інших [3, 4, 5, 6, 7]. Водночас, варто зазначити, що проблема комплексного інноваційного розвитку організації і її управління з урахуванням креативної складової персоналу потребує подальшої розробки.

Мета роботи полягає в вирішенні проблеми комплексного інноваційного розвитку організації і її управління з урахуванням креативної складової персоналу у контексті формування системи сучасного менеджменту.

Викладення основного матеріалу дослідження. Інноваційні процеси в економіці України не набули вагомих масштабів, кількість підприємств, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить зараз 12–14%, що менше в 3–4 рази, ніж в інноваційно-розвинутих економіках. Наукоємність промислового виробництва знаходиться на рівні 0,3%, що на порядок менше від світового рівня. Майже половина з інноваційних підприємств взагалі не фінансують проведення в інтересах свого виробництва наукових досліджень [9]. Тому, дослідження сучасних напрямків трансформації механізму інноваційного розвитку підприємства, являє собою одну з найбільш важливих і складних завдань економічної науки.

Інновація - синонім успішного розвитку соціальною, економічною,

освітньою, управлінською та іншими сферами на базі використання різних нововведень. Існує необмежений діапазон прояву інноваційного мислення: від створення умов ефективного користування інноваційного потенціалу (особистості, підприємства, організації) на користь розвитку суспільства до забезпечення максимальної зваженості.

В інноваційному розвитку кожного підприємства особливу роль відіграє персонал, що здійснює інноваційну діяльність, має достатню кваліфікацію для розробки, впровадження нововведень та управління інноваційним процесом. Персонал виступає активним учасником створення, впровадження та поширення інновацій, тому для ефективної інноваційної діяльності на підприємстві повинна функціонувати розвинута система мотивації персоналу. Інноваційний характер виробництва, його висока наукомісткість змінили вимоги до персоналу, підвищили значимість творчого підходу в роботі й високому професіоналізмі. Це привело до змін у принципах, методах і соціально - психологічних питаннях управління персоналом.

У сучасному менеджменті помітні тенденції посилення ролі інтелекту, менеджмент все більшою мірою залежить від поглиблення і оволодіння прийомами інтелектуальної діяльності і менеджером, і персоналом. Процеси ускладнення сучасного менеджменту збільшують ціну помилок і підвищують роль інтелектуальності, від якої залежить науковий підхід, оволодіння новими технологіями та їх вдосконалення. Це знаходить відображення в креативному менеджменті, який представляє собою тип управління, що спирається на творчість персоналу передбачає творчий підхід менеджера до вирішення будь-яких проблем. При цьому творчість класифікується як пошук неординарних, нестандартних підходів, розкріпачення інтелектуальної фантазії, прагнення побачити майбутнє, бажання і можливість реалізації індивідуальності.

Слід відзначити взаємозв'язок креативного потенціалу з інноваційним потенціалом, а саме: коли креативний потенціал використовується для вирішення абсолютно нових, вперше виникаючих проблем, то він практично зливається з інноваційним потенціалом. Тому основним завданням менеджменту на сучасному етапі є ефективне використання креативної складової трудового потенціалу підприємств, який і визначає інноваційну

силу кожного з них.

Розвиток креативного потенціалу наукомісткого підприємства досягається за рахунок постійного вдосконалення професійної підготовки фахівців. Необхідність постійного удосконалення професійної підготовки пов'язана саме з особливостями інноваційної діяльності на сучасних підприємствах.

Інтелектуальний потенціал будь-якого виду або етапу науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, в першу чергу залежить від компетентності персоналу. У наукомістке виробництво потрібні працівники різних спеціальностей: дослідники, теоретики, експериментатори, розробники-конструктори. Це пов'язано з тим, що в більшості випадків інноваційні проекти вимагають колегіальності та спільної діяльності як окремих працівників, так і структурних підрозділів. Спільну діяльність в науковому креативному колективі необхідно організувати таким чином, щоб індивідуальні здібності кожного співробітника могли бути реалізовані через участь у колективних розробках, причому ефективність групової взаємодії повинна бути вище, ніж при індивідуальній роботі. Спільна взаємодія працівників різних професій і спеціальностей, які беруть участь у комплексних інноваційних роботах, забезпечує їх кваліфікаційний ріст і підвищує креативний потенціал підприємства.

Не дивлячись на те, що наукова діяльність в даний час будується на колективній основі, особистісний і професійний розвиток інтелектуального потенціалу кожного працівника стає нагальною необхідністю. Процес розвитку інтелектуального потенціалу працівника найбільш ефективний при врахуванні індивідуальних відмінностей персоналу наукомісткого підприємства, які можна поділити на три групи: демографічні характеристики, компетентність і психологічні особливості. Значення різних факторів залежить від характеру роботи та вимог роботодавця.

У зв'язку з таким положенням справ особливу значимість набувають внутрішньовиробнича система підготовки персоналу, яка стає факторної підсистемою системи управління наукомістким виробництвом. Вона тісно пов'язується з усіма напрямками діяльності наукомісткого виробництва і підтримує їх. Функціонування такої системи спрямоване на фор-

мування персоналу зі знаннями, навичками і здібностями, необхідними для забезпечення можливості генерування креативних ідей.

Враховуючи що, управління технологіями та інноваціями є соціальним процесом, то розвиток креативного потенціалу повинно спиратися в першу чергу на розвиток особистості кожного окремого працівника. Це пояснюється тим, що науково-дослідний персонал виступає як генератор ідей, і його знання, вміння та навички, а також особистісні якості є вихідним імпульсом появи інновацій. Успіх комерціалізації нововведень забезпечується застосуванням саме різноманітних знань. Тому для працівника наукомісткого виробництва потрібні не просто знання в області фундаментальної чи прикладної науки, знання повинні володіти певними характеристиками якості, якими є: обсяг, глибина, міцність, змістовність, актуальність, професійна спрямованість, затребуваність практикою і наукою. Що ж стосується умінь і навичок, то вони повинні характеризуватися актуальністю, міцністю, можливістю вдосконалення.

Креативність персоналу організації багато в чому залежить від чинників різного характеру, які можна класифікувати як внутрішні , так і зовнішні. До внутрішніх чинників відносяться: наявність матеріальних та фінансових ресурсів, техніка, технологія, організація та управління виробництвом, кадровий потенціал, науковий потенціал, маркетинг, інноваційний клімат, рівень сприйнятливості до нововведень, ступінь самостійності організації [8, 9]. Зовнішні чинники поділяються на чинники прямої дії (стан ринку, споживачі, бюджетна і податкова системи, наявність конкурентів, науковий потенціал, експортно-імпортна політика, державна інноваційна політика, наявність нормативно-правової бази та інноваційних актів) та чинники непрямої дії (стан макроекономіки, фінансово-кредитна та соціальна політика держави, наявність природних ресурсів, нормативно-правова база, міжнародне науково-технічне співробітництво, політичні чинники).

Незважаючи на те, що здібності до творчості частіше закладені в людині від народження, проявити їх повною мірою можливе тільки в умовах, які сприяють їх розвитку. Так, аналіз факторів, представлений у таблиці 1, дозволяє зробити наступний висновок: керівництво компанії, що прагне впровадити та розвивати творчу складову в системі

управління, повинно вивчати фактори впливу на креативність персоналу організації.

Таблиця 1. *Фактори впливу на креативність персоналу організації*

Позитивні	Негативні
- переважання демократичного стилю управління; - матеріальне заохочення; - надання достатньо свободи і незалежності для роботи поза рамками групи; - соціальне визнання і почуття причетності; - сприятливий психологічний клімат; - безперервне самонавчання; - мінімізація стресових ситуацій; - відхід від звичних способів асоціювання інформації; - можливість самореалізації; - відчуття себе частиною єдиної команди; - відсутність стресової атмосфери змагань; - максимальне використання знань і навичок співробітників	- переважання авторитарного стилю управління; - відсутність справедливої оцінки праці; - індиферентність працівників до справ організації; - застаріла матеріальна база; - нездатність поглянути на проблему з різних сторін; - відсутність інтересу до експериментування; - нездатність до рефлексії і безперервного навчання; - існуючі стереотипи; - відсутність командної діяльності та співробітництва; - нестача свободи і самостійності; - відсутність отримання нової інформації на конференціях, тренінгах; - невдала система підбору персоналу; - всебічний контроль; - незручний робочій графік

Концепція управління креативним потенціалом компанії змушує управлінців більш серйозно підходити до питань підготовки та організації процесу розробки і прийняття управлінських рішень, що вимагає регулярного підвищення кваліфікації ключових співробітників компанії, впровадження в процес управління сучасних методів креативного мислення та прийняття рішень, створення творчої атмосфери всередині колективу, що стимулює співробітників до самореалізації та самовдосконалення. Творчі здібності працівників вимагають стимулювання, тому що саме вони, як правило, стають джерелами інноваційних ідей, способів вирішення проблем або прийняття неординарних рішень.

Креативний потенціал компанії являє собою синергетичний ефект від креативного потенціалу співробітників та реалізації організаційно-економічного розвитку. Справа в тому, що працівники можуть бути дуже талановитими людьми, але зовсім не захочуть реалізовувати свій креативний потенціал на роботі з різних причин. Якщо ж у компанії

буде створений механізм, що стимулює креативність, то швидше за все потенційна креативність співробітників реалізується в рамках компанії і тоді отримується синергетичний ефект. Таким чином, цілком можна стверджувати, що колективне творчість у рамках організації має більший ефект, ніж індивідуальне творчість.

Управління креативним потенціалом має включати процеси оцінки та аналізу креативного потенціалу співробітників і компанії в цілому, виявлення сильних і слабких сторін, планування заходів з розвитку креативного потенціалу компанії, розробку тактичних заходів щодо реалізації креативного потенціалу, а також контроль і оцінку ефективності реалізації креативного потенціалу компанії [10]. Тобто стан креативного потенціалу компанії має стати предметом уваги керівника, так само як проблеми інноваційного та стратегічного розвитку, оскільки вирішення цих проблем неможливе без використання творчості.

Інтелектуальний потенціал працівника може бути підданий вдосконалення з допомогою різних програм навчання, тренінгів та семінарів; з їх допомогою вдається поліпшити і розвинути необхідні знання, уміння і навички. Необхідно розвивати у працівників ініціативу, допитливість, так як саме ці якості зможуть забезпечити успіх роботі дослідника в нових умовах.

У процесі планування креативного потенціалу компанії можна відзначати три основні стратегії для розвитку креативного потенціалу:

- розвиток за рахунок залучення нових креативних співробітників;
- розвиток за допомогою стимулювання креативу власних співробітників;
- робота з креативним агентством і змішані стратегії розвитку, що включають всі чи кілька перерахованих стратегій.

На стадії контролю відповідальний працівник повинен оцінити ступінь виконання стратегії і плану. Швидше за все функції контролю повинні бути доручені підрозділу управління персоналом, але під загальним контролем топ-менеджменту компанії.

Креативний потенціал компанії можна визначити як здатність компанії до прийняття і реалізації креативних управлінських рішень, що сприяє досягненню поставлених перед компанією цілей і формування унікальних конкурентних переваг на базі використання власних

і залучених ресурсів. Концепція управління креативним потенціалом підприємства припускає, що керівництво компанії повинно створити такі організаційно - економічні умови всередині підприємства, щоб стимулювати креативність співробітників, які свідомо хотіли б творити на робочому місці, тобто самовиражатися і самовдосконалюватися.

Висновки. Креативний тип розвитку організації накладає особливий відбиток на менеджмент, його цілі, функції, методи, структуру тощо, формуючи в його складі особливе автономне ядро, що спрямовує і регулює всю сукупність інноваційно-інвестиційних процесів у господарській системі для забезпечення складної інтеграції науки, виробництва і ринку. Основною метою цієї діяльності є забезпечення конкурентних переваг підприємства, стабільності його прибутків та інтенсивного типу розвитку.

В умовах сьогодення увага до працівника як головної рушійної сили науково-технічного прогресу є настільки актуальною, що його розглядають як основний засіб підвищення ефективності виробництва. Причому, повсюдно мова йде про людський капітал, а в умовах наукомісткого виробництва про інтелектуальний капітал. Таке зміщення акценту в сучасному виробництві обумовлено тим, що в наукомісткому виробництві сталося зрушення від чисто технічних навичок до креативних. Інноваційна діяльність будується на розумовій роботі, що вимагає постійного підвищення рівня компетентності та відповідальності працівників за внесок у загальний результат у зв'язку з неминучою модернізацією технологічного процесу.

Успіх країни або підприємства в глобалізаційній економіці залежить від здатності зайняти свою позицію на ринковому просторі, запропонувати більш конкурентну продукцію, ніж інші учасники ринку. А це можливо лише за умов підтримки високої інноваційності національної економіки та окремих підприємств. Інноваційність економіки залежить від творців інновацій, їх кваліфікації, інноваційної культури, креативності, мотивації. Важливо також, щоб творчо-креативний потенціал окремих особистостей та спільнот, що створюють інновації, був тісно пов'язаний з підприємництвом, зорієнтований на досягнення конкретних цілей у створенні і розповсюдженні інновацій. Ці завдання мають вирішуватися системно і спільно освітою, наукою, підприємництвом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посіб. / І.І. Свидрук. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
2. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління / О.І. Продіус // Економіка: реалії часу. - 2012. - № 3-4(4-5). - С. 67-72.
3. Калініченко Ю.Б. Креативність як основа менеджменту організації / Ю.Б. Калініченко, Я.І. Смірнова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4. – С. 186-191.
4. Горячка О. О. Методи стимулювання персоналу інноваційних креативних колективів промислових підприємств / О. О. Горячка // Економіка та держава. — 2013. — № 6. — С. 66-70.
5. Кузьмін О.Є. Сутність та типологія креативних колективів на промислових підприємствах / О.Є. Кузьмін, О.О. Горячка // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2011. — № 714. - С. 22-27.
6. Турило А. М. Класифікація інноваційного потенціалу персоналу підприємства / А. М. Турило, М. В. Адаменко // Проблеми економіки. - 2013. - №2. – С.138-144.
7. Крикуненко, Д.О. Управління процесом формування креативності персоналу як фактора інноваційного розвитку підприємства / Д.О. Крикуненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 4. — С.209-216.
8. Савіцька Н.В. Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і т актика / Н.В. Савіцька, О.Л. Коломієць // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2012. — № 727. – С. 143-149.
9. Процак К.В. Креативність персоналу як важливий чинник інноваційного розвитку підприємства / К.В. Процак, О.П. Просович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 698. – С. 272- 276.
10. Савіцька Н.В. Методичні підходи до управління креативним потенціалом організації / Н.В. Савіцька // Вісник Університету банківської справи НБУ. – № 1(10). – 2011 р. – С. 103–107.