

УДК 005.342,339.16.012.23

Розвиток креативності персоналу на засадах інноваційної культури

Захарчин Г.М.

доктор економічних наук, професор,
Національний університет «Львівська політехніка»

Любомудрова Н.П.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»

Висвітлено основні засади розвитку креативності персоналу в контексті інноваційної культури. Обґрунтовано, що креативність є особливою цінністю розвитку інтелектуально-інформаційного суспільства. Акцентовано на концептуальній, організаційній, методичній складових розвитку креативності персоналу. Зазначено, що ефективний інноваційний розвиток економіки уможливується завдяки стратегії, яка окреслює ідеологічні перспективи розвитку, концепції розвитку, в основі якої лежить філософія економічної безпеки, фінансових можливостей розвитку і, звичайно, людського фактора, без якого сформувати інноваційний потенціал неможливо.

Ключові слова: креативність, креативний простір, креативний менеджмент, інноваційна культура, технологічна творчість, синектика, цінності.

Захарчин Г.М., Любомудрова Н.П. РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА НА ПРИНЦИПАХ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Освещены основные принципы развития креативности персонала в контексте инновационной культуры. Обосновано, что креативность является особой ценностью развития интеллектуально-информационного общества. Акцентируется на концептуальной, организационной, методической составляющих развития креативности персонала. Отмечено, что эффективное инновационное развитие экономики становится возможным благодаря стратегии, определяющей идеологические перспективы развития, концепцию развития, в основе которой лежит философия экономической безопасности, финансовых возможностей развития и, конечно, человеческого фактора, без которого сформировать инновационный потенциал невозможно.

Ключевые слова: креативность, креативное пространство, креативный менеджмент, инновационная культура, технологическое творчество, синектика, ценности.

Zakharchyn G.M., Lyubomudrova N.P. PERSONNEL CREATIVITY DEVELOPMENT ON THE BASIS OF INNOVATIVE CULTURE

The main principles of personnel creativity development in the context of innovation culture are highlighted. It is substantiated that creativity is a special value of the development of intellectual-informative society. It focuses on the conceptual, organizational, and methodical components of the personnel creativity development. It is noted that effective innovative development of the economy is possible due to a strategy that outlines the ideological prospects of development, the concept of development, which is based on the philosophy of economic security, financial development opportunities and, of course, the human factor, without which it is impossible to form innovative potential.

Keywords: creativity, creative space, creative management, innovative culture, technological creativity, synectics, values.

Постановка проблеми. В умовах дефіциту природних ресурсів, викликів глобального й локального характеру, стрімкого розвитку нових технологічних укладів та зменшення ринкових ніш вижити в конкурентному середовищі можна завдяки постійному пошуку нових комбінацій ресурсів, нестандартних управлінських рішень і прогресивній динаміці інноваційних процесів. Ефективний інноваційний розвиток економіки уможливується завдяки стратегії, що окреслює ідеологічні перспективи розвитку, концепції розвитку, в основі якої лежить філософія економічної

безпеки, фінансових можливостях розвитку і, звичайно, людського фактора, без якого сформувати інноваційний потенціал неможливо. Саме людський фактор є вирішальним, оскільки охоплює ідеї, знання, креативну насагу, технології, і ціннісні орієнтації, тобто, все те, що формує культурне поле інноваційного розвитку. Якщо в епоху екстенсивного шляху розвитку домінувала стабілізаційна культура, то сьогодні актуальною є розвивально-інноваційна культура, яка наповнює сучасним сенсом і змістом цілі, філософію й стратегію розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що в науковому світі особливої актуальності набувають питання, пов'язані із механізмами активізації інноваційної діяльності в умовах інтелектуалізації економіки, загострення конкуренції в світовому масштабі, модернізації систем менеджменту та інших викликів сьогодення. Креативність та інноваційна культура як взаємопов'язані категорії цілком вписуються в цю тематику, тому маємо багате суцвіття публікацій, присвячених різним аспектам креативності та інноваційності. Креативність є категорією багатоаспектною, тому науковці розглядають її або в контексті якості соціального капіталу [1], або в рамках концепції управління талантами [7], або в структурі креативного менеджменту [4]. Поєднання креативності й інноваційності як сучасних складових нового вектора розвитку економіки й суспільства представлено у публікаціях [2; 11]. Актуальні аспекти мотивації креативності новаторів – розробників продуктових і технологічних нововведень – з погляду менеджменту інноваційно активного підприємства ґрунтовано висвітлено у монографії [5].

Оскільки креативність персоналу є одним із чинників примноження інтелектуального капіталу, а поєднання таланту із знаннями є передумовою створення інтелектуальної організації, то науковці логічно розглядають концепції управління талантами в системі менеджменту знань [6-9].

Інноваційній культурі як сучасній категорії інноваційного розвитку присвячена авторська монографія [3] та низка інших публікацій, зокрема у публікаціях [1; 10] висвітлюються питання сутності, структури, функцій інноваційної культури та підходів до її оцінювання.

Незважаючи на широке представлення зазначеної проблеми в науковому середовищі, аспекти взаємозв'язку креативності персоналу та інноваційної культури як основи розвитку національної економіки досліджуються поверхнево.

Постановка цілей. Мета статті полягає у висвітленні основних засад розвитку креативності персоналу в контексті інноваційної культури.

Виклад основного матеріалу. Інноваційна культура заохочує нові ідеї, стимулює потік нових пропозицій, нестандартних рішень, від яких значною мірою залежить інноваційний поступ вітчизняної економіки. Об'єднуючи інтелектуальний потенціал і креативний менеджмент, інноваційна культура

закладає підвалини розвитку творчого стилю мислення, трансформуючи свою енергію в інтелектуальний капітал та актив підприємства. Носіями креативності й інтелектуального потенціалу є персонал підприємства. З огляду на це, на думку науковців, «одним з основних напрямів збільшення віддачі від персоналу є розвиток і використання прихованих здібностей особистості, до яких можна віднести креативність. Креативність персоналу в цих умовах визначається можливістю використовувати інтелектуальний капітал і отримувати результат у вигляді нового продукту, процесу, послуги (інновації)» [1, с. 194].

У загальному розумінні креативність трактується як здатність до створення, продукування якісно нових форм в будь-якому вигляді. На нашу думку, креативність поєднує творчий імпульс людини із бажанням створювати певні новації. Без бажання його реалізувати на практиці з користю для суспільства креативність залишається пасивною формою стану людини. Творчий імпульс є або закладеним природою людини, або розвинутим. І, коли мова йде про розвиток креативності персоналу, то необхідно брати до уваги ці дві складові, використовуючи різні механізми активізації творчої діяльності та мотивування розвитку бажання щось створити. Таким чином, завдяки інноваційній культурі якраз і появляється усвідомлення причетності до процесу творення в різних аспектах діяльності та формування колективних творчих процесів, розвиток технологічної творчості.

За своєю сутнісною ознакою креативність поєднує інноваційні ідеї, технології і культуру. Однак, вона не замикається тільки на технологічній творчості. В умовах конкуренції ідей, технологій, знань вона набуває також світоглядного характеру. Інноваційна культура є основним чинником формування креативного класу людей, здатного працювати в креативному просторі і розвивати цей простір. З огляду на це, ми повторюємо свою думку, висловлену в авторській монографії, що «інноваційна культура є результатом соціально-економічної взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності, вона охоплює відносини, які складаються на всьому ланцюжку життєвого циклу зародження, формування і комерціалізації інновацій. Ці відносини опосередковуються відповідною системою цінностей, етичними орієнтаціями і системою відповідальності, тому інноваційній культурі властива якісна визначеність, як особлива ознака системи [3, с. 120]. Поняття системності через

відносини креативних людей та основного ядра культури – цінностей є ключовими у сутнісно-змістовому наповненні інноваційної культури.

Стосовно цінностей, то особливою цінністю розвитку інтелектуально-інформаційного суспільства провідні компанії визнають креативність. Креативність, як цінність сьогодення, вже стала основою діяльності багатьох успішних іноземних та вітчизняних компаній. Зокрема, компанія Viessman, що є провідним міжнародним виробником опалювальних, холодильних та кліматичних систем, визначає інноваційність та креативність ключовими цінностями в своїй діяльності. Компанія «Кока-кола» основним принципом роботи називає пробудження креативності. Інновації, креативні ідеї і творчий процес є важливими цінностями для компанії «Universal Logistic», яка працює в сфері фармацевтичної логістики понад 10 років. Аналогічні цінності притаманні й компанії «Макоша» – виробнику міндобриг, а саме: творча ініціатива, креативний підхід як запорука успіху та джерело заохочення до активізації інноваційної діяльності. Найбільший оператор телекомунікацій України Київстар серед цінностей компанії називає інноваційність, як і «Концерн Галнафтогаз», провідна українська компанія, лідер на ринку нафтопродуктів.

Розвиток креативності персоналу передбачає наявність концепції розвитку та виконання обов'язкових функцій – організаційних, методичних, навіть економічних для фінансової підтримки творчих процесів і стимулювання креативного персоналу.

Концептуальна складова визначає інноваційну культуру як основу розвитку креативності персоналу і спрямована на системну роботу в цьому напрямі. Системність полягає не тільки в систематичному сприянні розвитку творчих здібностей персоналу, але й у диференційованому виборі методики креативного розвитку відповідно до категорії персоналу. Це може бути загальний розвиток креативності людини, що охоплює розвиток безпосередньо особистості, її соціальну активність, творчу діяльність взагалі, та професійно-компетентнісний розвиток, який враховує специфіку професійної діяльності в межах виконання функціональних обов'язків.

Щодо організаційних функцій, то з метою підвищення інноваційної активності підприємства повинні певним чином впорядковувати процес творення нових ідей та їх реалізації, не втручаючись у внутрішній світ творця. Для

цього необхідно створювати інформаційний банк даних про успішне вирішення інноваційних проблем як один із інструментів розвитку креативності. Крім того, необхідно враховувати часово-вартісні аспекти цього процесу і завчасно планувати ресурси на інноваційний процес та розвиток креативності персоналу, визначати функціональні обов'язки і відповідальність усіх задіяних у інноваційному ланцюжку на основі цінностей інноваційної культури, дотримуючись морально-етичних норм. У цьому сенсі постає дилема – як поєднати свободу творчості і відповідальність, оскільки феномен креативності опозиційний до функції контролю та регулювання. Отже, завдяки інноваційній культурі, яка об'єднує людей навколо спільних цінностей і підвищує рівень свідомості персоналу, завдяки прагненню працювати на одну ціль, це питання вирішується позитивно. У організаційному плані важливим є створення креативних підрозділів, здатних акумулювати всю роботу і в цьому сенсі можна скористатися порадами науковців щодо структури такого підрозділу. Зокрема, зустрічається пропозиція, що «організаційну побудову креативних структур необхідно здійснювати на основі творчої інтеграції функціонально-орієнтованого (притаманного класичному підходу до управління), процесно-орієнтованого (характерного для ринкового підходу) і системно-цільового (що дозволяє об'єднати основні внутрішні змінні організації на основі реалізації соціальної відповідальності, удосконалення та навчання) підходів до організаційного проектування при реалізації ідеї максимально можливого впровадження командної роботи» [4, с. 69].

Методична складова передбачає наявність методичного інструментарію, здатного забезпечити процес розвитку персоналу, тобто, створення програм розвитку персоналу відповідно до інноваційних завдань підприємства, розроблення методики проведення тренінгових вишколів, популяризація літератури з питань розвитку персоналу, участь у різноманітних заходах, використання модерних форм кар'єрного зростання – кайзен-бліц, коучинг, тощо. До цієї складової відносимо і пошук методів, які підтримують креативний стан людини на достатньому рівні, не допускаючи професійного чи емоційного вигорання. З цією метою використовують різні методи розвитку креативного мислення. Популярним методом, що стимулює креативне мислення, є синектика, яка є своєрідною наукою навчання творчості. Технологічно цей метод

передбачає об'єднання людей, які мають різнобічну освіту і працюють у різних сферах для вирішення нестандартних завдань і отримання творчого результату. Залучення до команди людей із гнучким мисленням, широким діапазоном знань, умінням працювати з аналогіями значно підвищує ефективність творчої співпраці для вирішення бізнес-проблеми. Практика підтверджує, що саме на стику галузей народжуються цікаві інноваційні ідеї. Розвивати креативність можна за допомогою відповідних тестів, формування яких є завданням методичної складової, однак, при цьому необхідно брати до уваги специфіку діяльності підприємства і його місію. З цього приводу погоджуємося з думкою науковців, що «...оскільки креативність та мотивація креативності – це результат комбінації багатьох факторів, то необхідні не окремі тести і навіть не «батарея тестів», а ціла методика, яка б взаємопов'язувала процеси оцінки, мотивації та розвитку креативності новаторів на підприємстві. Концепція компетенцій враховує взаємозв'язок мотивації новатора та результативного креативного процесу. Проте для застосування цього підходу в управлінні новаторами необхідна його адаптація до особливостей мотивації креативності» [5, с. 42].

Інноваційна культура розвиває спроможність підприємства прогнозувати несприятливі наслідки помилкових інноваційних рішень та організаційних недоліків, мінімізуючи ризик. Важлива роль інноваційної культури у розвитку креативності персоналу проявляється також в тому, що завдяки ціннісній основі культури у працівників зменшується опір до нововведень, будь-яких змін, особливо в період перехідних процесів та трансформацій. Будь-які інновації за своєю природою несуть зміни, тому інноваційна культура органічно вплітається в природу інноваційного розвитку.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Трансформаційні процеси і кардинальні зміни в економічному й суспільному

житті висувають на порядок денний завдання пошуку управління цими процесами. Активні форми приходять на зміну пасивному пристосуванню до змін, тому на зміну адаптаційній культурі приходять інноваційна культура, яка формує середовище креативних людей, здатних якісно зміцнити інноваційний потенціал підприємства. З огляду на це, важливим завданням топ-менеджменту є максимально сприяти розвитку креативності персоналу, тобто «перетворити працівника на креативну особистість, здатну до постійного пошуку більш досконалих способів реалізації виробничих програм» [6, с. 361].

Вплив інноваційної культури на розвиток креативності персоналу відбувається через такі складові:

- засадничі цінності, до яких відносять креативність;
- сформовані закономірності та моделі поведінки, поведінкові ролі в процесі творення інноваційного продукту;
- ідеологію поведінки стосовно розвитку персоналу;
- культурне поле, яке формує інноваційне середовище креативних людей;
- ціннісно-регулятивну парадигму, спрямовану на вирішення проблем ефективної взаємодії всіх учасників інноваційного ланцюжка та креативних команд.

До постійного пошуку нових ідей та їх матеріалізації спонукають мотиваційна та креативна функції інноваційної культури. Інноваційна культура впливає на процеси креативного розвитку, оскільки заохочує до кар'єрного зростання, до креативної праці, стимулюючи творчу думку і прагнення досягати успіху завдяки творчості.

Подальші дослідження доцільно спрямовувати на пошук ефективних моделей підвищення креативності персоналу для вирішення конкретних інноваційних завдань в умовах формування нового технологічного укладу та оцінювання соціально-економічної ефективності діяльності креативних команд.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Грабовська І. В. Інноваційний розвиток підприємства на засадах управління креативністю персоналу / І. В. Грабовська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017, – № 2. Том 2. С. 192-197.
2. Буковинська М. П. Креативність персоналу як необхідна якість формування соціального капіталу / М. П. Буковинська, О. Л. Нечаєв // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2013. – № 51. – С. 122-128.
3. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства: Монографія. – Львів: В-во національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 278 с.

4. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління [Електронний ресурс] / О. І. Продіус // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 67-72. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
5. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів: монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 212 с.
6. Марчук Л. П. Механізм управління творчою активністю персоналу підприємства як засіб інноваційної трансформації виробництва / Л. П. Марчук // Актуальні проблеми економіки. – № 1(151). – 2014, – С. 359-367.
7. Кузнецова Н. Б. Концепція управління талантами в системі менеджменту знань / Н. Б. Кузнецова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 2(8). – С. 181–187.
8. Мартиненко М. В. Управління організаційними знаннями підприємства: теоретичний аспект: монографія / М. В. Мартиненко. – Харків: ІНЖЕК, 2013. – 218 с.
9. Новікова М. М., Боровик М. В. Організація системи управління знаннями / М. М. Новікова, М. В. Боровик // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 7. Частина 3. – 2014, – С. 134–137.
10. Шипуліна Ю. С. Інноваційна культура організації: сутність, структура, підходи до оцінки / Ю. С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2010. – № 2. – С. 134.
11. Кліпкова О. І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектора в управлінні підприємством. / О. І. Кліпкова // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. – Випуск 2(4). Частина 2. – 2015. – С. 76-79.

REFERENCES:

1. Grabovska I.V. Innovatsiyni rozvytok pidpriemstva na zasadakh upravlinnia kreatyvniystiu personalu [Innovative development of the enterprise on the basis of creativity management of personnel]. Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences, 2017, vol.2, no. 2, pp. 192-197.
2. Bukovynska M. P. Kreatyvniystiu personalu yak neobkhidna yakist formuvannia sotsialnoho kapitalu [Creativity of staff as a necessary quality of social capital formation]. Scientific works of the National University of Food Technologies, 2013, no.51, pp. 122-128.
3. Zakharchyn G. M. (2009) Mekhanizm formuvannia orhanizatsiynoi kultury mashynobudivnoho pidpriemstva: Monohrafiia [Mechanism of formation of organizational culture of machine-building enterprise: Monograph]. Lviv: National University "Lvivska politechnika" Publishing.
4. Prodius O.I. (2012) Kreatyvnyi menedzhment yak zaporuka suchasnoho efektyvnoho upravlinnia [Creative management as a pledge of modern, effective management] Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal [Economics: realities of time. Scientific Journal] (electronic journal), vol.3, no.2, pp. 67-72. Available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html> (accessed (25/01/18)).
5. Yastremska O. M. (2013) Motyvatsiia kreatyvniystiu novatoriv: monohrafiia [Motivation of creativity of innovators: a monograph]. Kharkiv: KhNEU Publishing (Видавництво ХНЕУ).
6. Marchuk L. P. Mekhanizm upravlinnia tvorchoiu aktyvnistiou personalu pidpriemstva yak zasib innovatsiynoi transformatsii vyrobnytstva [Mechanism of management of creative activity of the personnel of the enterprise as a means of innovative transformation of production]. Actual problems of the economy, vol.151, no.1, pp. 359-367.
7. Kuznetsova N. B. Kontsepsiia upravlinnia talantamy v systemi menedzhmentu znan. [The concept of talent management in the knowledge management system]. Social-Labor Relations: Theory and Practice, vol. 8, no. 2, pp.181-187.
8. Martynenko M. V. (2013) Upravlinnia orhanizatsiynomy znanniamy pidpriemstva: teoretychnyi aspekt: monohrafiia [Management of organizational knowledge of the enterprise: theoretical aspect: monograph]. Kharkiv: ІНЖЕК (ІНЖЕК).
9. Novikova M. M., Borovyk M. V. Orhanizatsiia systemy upravlinnia znanniamy [Organization of knowledge management system]. Scientific Herald of Kherson State University. Series of Economic Sciences, vol. 7, no.3, pp. 134-137.
10. Shypulina Yu. S. Innovatsiina kultura orhanizatsii: sutnist, struktura, pidkhody do otsinky [Innovative culture of organization: essence, structure, approaches to evaluation]. Marketing and innovation management, no.2, pp.134-137.
11. Klipkova O. I. Kreatyvniystiu ta innovatsiyniystiu yak osnovni skladovi novoho vektora v upravlinni pidpriemstvom [Creativity and innovation as the main components of a new vector in enterprise management]. Scientific bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, vol.2(4), no.2, pp. 76-79.