

Крикуненко Дмитро Олександрович,
аспірант кафедри управління виробництвом
Донецького національного технічного університету

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОРА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У науковій статті розглянуто необхідність здійснення управління процесом формування креативності персоналу, що забезпечить сталий інноваційний розвиток підприємства. Проведено класифікацію компонентів креативних ресурсів працівника. Запропоновано модель мотивації, що спрямована на розвиток креативності персоналу підприємства на основі використання матеріальних і нематеріальних методів стимулювання, механізму оцінки внеску працівника у створення креативного продукту.

Ключові слова: креативність, управління, формування креативності, інноваційний розвиток, модель мотивації, персонал підприємства.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими завданнями. Сучасний стан економіки України, що базується на переході від постіндустріальної економіки до економіки знань, пов'язаний з необхідністю впровадження високих технологій у виробничу діяльність суб'єктів господарювання, розробленням нових підходів щодо управління індивідуальним людським капіталом на засадах системного розвитку, ефективної оцінки, мотивації, перекваліфікації персоналу, створення інтегрованих структур між підприємствами, що спрямовані на розроблення і реалізацію інновацій.

За таких умов особливої уваги заслуговує розроблення нових і вдосконалення існуючих наукових підходів і механізмів управління розвитком персоналу підприємства, що базуватимуться на дослідженні індивідуально-психологічних, когнітивних особливостей працівників, формуванні креативності кадрів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти управління процесом формування креативності знайшли своє відображення у працях зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема Т.Г. Тюріної [16], Н.І. Булки [1], Л.Л. Ревуцького [14], І.А. Маркіної [12], О.М. Гузевої [4], Х. Гейвіна [21], Ф. Баррона, Д. Харрінгтона [19; 18], Р. Стернберга [23], К. Тейлора, Р. Муні [24], А. Ротенберга [22], Е. Фромма [2], Дж. Келлі [7], Дж. Гілфорда [20; 10], Е.П. Торренса [9] та ін.

Об'єктом дослідження в науковій статті є процес формування креативності персоналу підприємства. *Предметом дослідження* є управління процесом формування креативності персоналу підприємства.

Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів управління процесом формування креативності персоналу як фактора інноваційного розвитку підприємства.

Основні результати дослідження. Розвиток персоналу належить до одних з основних показників прогресивності суспільства та є вирішальним важелем науково-технічного прогресу, спрямованого на динамічне розроблення і реалізацію інновацій підприємствами різних галузей промисловості [3, с. 163-164].

Розглянемо фактичні показники впровадження інновацій на промислових підприємствах України, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Фактичні показники впровадження інновацій на промислових підприємствах України за 2003-2011 рр. [5]

Рік	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	Упроваджено нових технологічних процесів		Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань		Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
		Усього	у т. ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Усього	з них нові види техніки	
2003	11,5	1482	606	7416	710	5,6
2004	10,0	1727	645	3978	769	5,8
2005	8,2	1808	690	3152	657	6,5
2006	10,0	1145	424	2408	786	6,7
2007	11,5	1419	634	2526	881	6,7
2008	10,8	1647	680	2446	758	5,9
2009	10,7	1893	753	2685	641	4,8
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	897	3,8

Як бачимо з табл. 1, питома вага підприємств, що впроваджували інновації з 2003 по 2011 роки залишається досить незначною. Представлена негативна тенденція, пов'язана з малими обсягами наукових і науково-технічних робіт, що обумовлено недостатньою підготовленістю персоналу, низькими рівнями креативності персоналу та інноваційного розвитку підприємств.

Досліджуючи фактори сповільнення процесу інноваційного розвитку підприємства та динамічні сили, що впливають на процес інноваційних трансформацій, можна дійти висновку, що ключова ланка взаємодії представлена саме персоналом підприємства. Високі показники якісних характеристик кадрового складу підприємства створюють засади переходу від постіндустріальної економіки до економіки знань. При цьому економіку знань варто розглядати як найвищий етап розвитку інноваційної економіки, де ключовою ланкою розвитку є людський капітал і знання.

Аналізуючи роботи Ю.А. Корчагіна [8], О.В. Шульгіної [17], можна дійти висновку, що людський капітал як елемент інфраструктури економіки знань, складається з трьох компонентів: людського капіталу підприємства, індивідуального людського капіталу, національного людського капіталу.

При цьому індивідуальний людський капітал – це вид капіталу, що є проявом інтелекту, знань, навичок, креативності соціального суб'єкта, необхідних для створення кінцевих продуктів його діяльності, що мають соціально-економічну цінність та забезпечують йому певний прибуток і конкурентні переваги.

Проте поряд зі знаннями, здоров'ям, інтелектом і навичками особливе місце займає креативність особистості. Аналіз впливу даного компоненту в структурі факторів, що впливають на інноваційний розвиток підприємства і створення інноваційного продукту, дозволяє стверджувати, що за рахунок креативності персоналу досягається ефект переходу від старого до нового.

Система управління інноваційним розвитком підприємства в цьому випадку повинна передбачати інтеграцію цілей, ресурсів, персоналу та його знань, навичок, інтелекту, вмотивованості, дій, безперервний розвиток креативності працівників, колективну співпрацю.

Таким чином, існує необхідність розгляду інноваційного становлення і розвитку підприємства через призму таких понять, як «креативне підприємство», «креативний персонал», «креативний продукт», «креативність».

Креативне підприємство – це підприємство, яке розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти або продукцію, обсяг яких у грошовому вираженні становить значну частину загального обсягу продукції або послуг [6].

При цьому до основних ознак креативного підприємства можна віднести [11]:

- здатність до перманентної генерації інновацій, креативність;
- вміння використовувати інноваційний потенціал підприємства для утримання високої конкурентної позиції, яка спирається на ключові компетенції;
- здатність передбачати майбутнє, перспективне мислення;
- постійний зв'язок зі споживачами, з метою ефективного визначення їхніх поточних і майбутніх потреб;
- наявність колективу творців, інноваторів, які гарантують високий рівень інноваційності підприємства;
- відповідний діапазон інформації, необхідної для відповідного оцінювання;
- еластичність діяльності в адаптації до умов, що змінюються.

Креативний персонал – сукупність трудових ресурсів підприємства, які виробляють нові рішення, сприйнятливі до нових ідей, терплячі до дивацтв, володіють свободою вибору проблеми й зміни напрямку досліджень, мають стимули для творчості та є необхідними для виконання функцій, досягнення цілей діяльності та перспективного розвитку підприємства [7, с. 29].

Однак не можна стверджувати, що креативність підприємства – це сума креативності її співробітників. У подібному випадку глобальним завданням будь-якої компанії став би пошук найбільш обдарованих працівників. Між тим креативність лежить в основі всіх складових роботи компанії. Справжню цінність для організації вона становить у тому випадку, коли систематизована і піддається управлінню і контролю [13, с. 42].

Креативний продукт – це винаходи, нові стилі в мистецтві, ідеї в науці і т. д. [15].

Отже, процес інноваційного розвитку і становлення підприємства повинен відбуватися за умови здійснення управління процесом формування креативності персоналу, що створить передумови розроблення і реалізації креативних продуктів підприємством.

Варто відмітити факт існування положення розробників інвестиційної теорії креативності Р. Стернберга і Т. Любарта про те, що ініціювання оригінальної програми й втілення її в життя працівником підприємства залежать від когнітивних, особистісних і мотиваційних ресурсів людини, а також від умов середовища [7, с. 201].

Проведений нами аналіз наукових праць щодо наявності креативних ресурсів людини створив передумови дослідження компонентів креативних ресурсів кожного працівника підприємства та встановив необхідність їхньої класифікації (табл. 2).

Як бачимо з табл. 2, нами проведена класифікація компонентів креативних ресурсів працівника підприємства, відповідно до належності кожного з них до певного креативного ресурсу.

Таблиця 2 – Компоненти креативних ресурсів працівника підприємства

	Креативні ресурси			
	Когнітивні	Особистісні	Мотиваційні	Організаційне середовище
Компоненти креативних ресурсів працівника	1. Знання	1. Точка контролю	Мотивація працівника до роботи	1. Можливість стимулюючої діяльності
	2. Відкритість мислення	2. Упевненість		2. Сприйняття керівництвом індивідуальних особливостей працівника
	3. Досвід	3. Наполегливість		3. Забезпечення систематичного навчання, що має відношення до таланту працівника
		4. Емоційна сила		4. Заохочення керівництвом креативних ідей працівників
		5. Незалежність		
		6. Здатність до гри		
		7. Завзятість		
		8. Винахідливість		
		9. Смеливість		
		10. Ризик		
		11. Відповідальність		
		12. Самонавчання		
		13. Самоаналіз		
		14. Самоактуалізація		

Таким чином, можна зробити висновок про те, що ефективне управління процесом розвитку креативності персоналу підприємства передбачає врахування кожного з компонентів креативних ресурсів працівника, пов'язаних з умовами внутрішньо-організаційного середовища, когнітивними, особистісними, мотиваційними особливостями людини.

Розглянемо процедуру розроблення моделі мотивації, спрямованої на розвиток креативності персоналу підприємства.

При розробленні ефективної моделі мотивації працівників креативної праці необхідно вирішити декілька ключових завдань. По-перше, розробити й реалізувати механізм оцінки внеску кожного працівника в розроблення креативних продуктів з метою виявлення ключових співробітників, креативні ідеї яких впливають на створення інновації, по-друге, побудувати рейтинг найбільш креативних працівників, по-третє, розробити механізм використання матеріальних і нематеріальних методів стимулювання працівників за креативну працю.

Таким чином, модель мотивації, спрямованої на розвиток креативності працівників підприємств приладобудівної галузі промисловості, буде мати вигляд як на рис. 1.

Згідно з рис. 1 після завершення реалізації креативного продукту відбувається процедура оцінки особистісного внеску працівників, що були задіяні при створенні креативного продукту.

Реалізацію поданого завдання пропонується виконати за допомогою розроблення і запровадження системи ключових показників ефективності.

Сутність даної системи полягає в тому, що результати роботи співробітника або підрозділу описуються трьома-п'ятьма чіткими показниками, які можна виміряти або порівняно точно оцінити.



Рисунок 1 – Модель мотивації, що спрямована на розвиток креативності працівників підприємства

Проведення оцінки внеску кожного учасника розроблення креативного продукту підприємством дозволяє побудувати рейтинг креативних працівників на основі значень ключових показників ефективності з метою адекватного розподілу винагороди за креативну працю та виділенню ключових, креативних співробітників.

Перегляд рейтингу креативних працівників повинен відбуватися після кожної реалізації креативних продуктів із метою отримання інформації про динамічні зміни, що відбуваються з персоналом.

Одним із найголовніших етапів розроблення моделі мотивації, що спрямована на розвиток креативності персоналу підприємств, є розроблення механізму формування і розподілу грошових коштів на забезпечення стимулювання персоналу з метою розвитку його креативності (рис. 2).

Розглянемо детальніше механізм розподілу грошових коштів з метою стимулювання креативної праці персоналу, що зображено на рис. 2.

Відправною точкою руху грошових коштів є отримання чистого прибутку від реалізації креативного продукту. Частина поданої маси грошей спрямовується на задоволення потреб підприємства, решта – використовується для формування (поповнення) резервного, мотиваційного фонду, що буде використовуватися для винагороди креативних працівників та індивідуального бізнес-коучингу ключових співробітників. Рішення про формування резервного, мотиваційного фонду приймається вищим керівництвом підприємства.

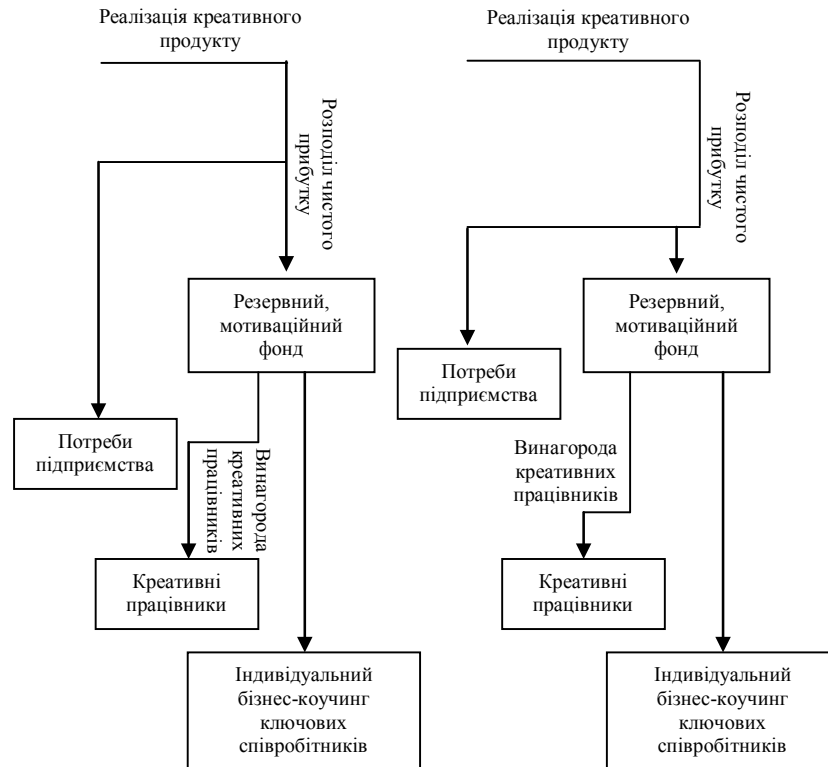


Рисунок 2 – Механізм формування і розподілу грошових коштів для забезпечення процесу стимулювання персоналу

Завершальним етапом процесу становлення системи стимулювання креативної праці є впровадження моделі мотивації на підприємстві, проведення оцінки функціонування та її періодична актуалізація.

Висновки. Проведене наукове дослідження демонструє взаємозв'язок і важливість ефективного управління процесом формування креативності персоналу на шляху інтенсифікації процесів інноваційного розвитку підприємства.

Нами проведена класифікація компонентів креативних ресурсів працівника у відповідності до приналежності до певної групи креативних ресурсів та запропоновано модель мотивації персоналу, що спрямована на розвиток креативності працівників підприємства. В основу поданої моделі покладені матеріальні й нематеріальні методи стимулювання креативної праці, що базуються на застосуванні винагороди до працівників креативної праці, на основі розрахунку ключових показників ефективності внеску кожного учасника в розроблення креативного продукту, проведення індивідуального бізнес-коучингу ключових співробітників, побудови рейтингу креативних працівників підприємства.

Подальші наукові дослідження мають бути пов'язані з розробленням механізму оцінки ефективності реалізації заходів, спрямованих на формування креативності персоналу підприємства.

1. Булка Н.І. Розвиток креативності у молодших школярів із порушеними соціальними зв'язками : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Н.І. Булка. – Одеса, 2005. – 19 с.
2. Бурменская Г.В. Одаренные дети / Г.В. Бурменская, В.М. Слуцкий ; пер. с. англ. – М., 1991. – 376 с.
3. Управління персоналом : навч посіб. / [М. Виноградський, С. Беляєва, А. Виноградська та ін.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 500 с.
4. Гузева Е.М. Развитие креативности персонала в предпринимательских структурах на основе внутриорганизационного поведения / Е.М. Гузеева // Креативная экономика. – 2009. – № 10 (34). – С. 27-32.
5. Держстат України впровадження інновацій на промислових підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.
6. Економіка інноваційного підприємства : конспект лекцій для студ. спец. 8000014 «Управління інноваційною діяльністю» уклад. : В. М. Хобта та ін. – Донецьк : ДонНТУ, 2010. – С. 116.
7. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е.П. Ильин. – СПб. : Питер, 2009. – 434 с.
8. Корчагин Ю.А. Широкое понятие человеческого капитала [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=3&page=22>.
9. Креативный сотрудник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://meoni-personal.ru/art10.html>.
10. Леонова С. Креативність як чинник професійного саморозвитку особистості / С. Леонова // Матеріали наук.-практ. конф. «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки», Тернопіль, 18 трав. 2011 р. – Тернопіль : ТНТУ, 2011. – С. 100-102.
11. Ліманські А. Управління інноваційним підприємством / А. Ліманські. – Катівіце : Вища школа маркетингового управління і іноземних мов, 2008. – С. 556-560.
12. Маркіна І.А. Наукові підходи до визначення понять «креативність» та «креативний потенціал» / І.А. Маркіна, Л.М. Шимановська-Діаніч // Економіка Криму. – 2011. – № 1 (34). – С. 289-295.
13. Моисеенко С.С. Принятие креативных решений на различных уровнях экономической деятельности / С.С. Моисеенко // Креативная экономика. – 2009. – № 10 (34). – С. 38-45.
14. Ревуцкий Л.Д. Креативность экономического человека: понятие, показатели, оценка, учет и контроль / Л.Д. Ревуцкий // Экономические отношения. – 2011. – № 1 (1). – С. 3-9.
15. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека / К. Роджерс. – М. : Прогресс, 1994. – С. 74-79.
16. Тюріна Т.Г. Феномен інтуїції / Т.Г. Тюріна. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Львів : СПОЛОМ, 2005. – 120 с.
17. Шульгина Е.В. Развитие человеческого потенциала. Практика работы с бизнес-корпорациями и муниципальными структурами управления [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dvforum.ru/2008/doklads/ks6_shulgina.aspx.
18. Яковлева Е.Л. Психология развития творческого потенциала личности / Е.Л. Яковлева. – М. : Московский психолого-социальный институт, 1997. – 224 с.
19. Barron F. Creativity, intelligence and personality / F. Barron, D. Harrington // Ann. Rev. Of Psychol. – 1981. – № 32. – P. 439-476.
20. Guilford J.P. Creative talents: Their nature, uses and development / J.P. Guilford. – N.Y. : Bearly Limited, 1986.
21. Mumford M. Creativity syndrome: integration, application and innovation / M. Mumford, S. Gustafson // Psychological Bulletin. – 1988. – № 103. – P. 27-43.
22. Rothenberg A. The process of Janusian Thicing in creativity / A. Rothenberg // Archives of General Psuchiatry. – 1976. – № 33. – P. 17-26.

Д.О. Крикуненко. Управління процесом формування креативності персоналу як фактора інноваційного розвитку підприємства

23. Sternberg R. General intellectual ability / R. Sternberg // Human abilities by R. Sternberg. – 1985. – P. 5-31.

24. Taylor C.W. Various Approaches to and Definitions of creativity // R.J. Sternberg (Ed.). – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1988. – P. 99-124.

Д.А. Крикуненко

Управление процессом формирования креативности персонала как фактора инновационного развития предприятия

В научной статье рассмотрена необходимость осуществления управления процессом формирования креативности персонала, что обеспечит устойчивое инновационное развитие предприятия. Проведена классификация компонентов креативных ресурсов работника. Предложена модель мотивации, направленная на развитие креативности персонала предприятия на основе использования материальных и нематериальных методов стимулирования, механизма оценки вклада работника в создание креативного продукта.

Ключевые слова: креативность, управление, формирования креативности, инновационное развитие, модель мотивации, персонал предприятия.

D.A. Krikunenko

Management of personnel creativity formation as factor of innovative enterprise development

In the scientific article necessity for managing of creative staff formation that will provide innovative enterprises sustainable development is considered. The classification of worker creative resources components is done. A model of motivation directed on development of enterprise personnel creativity through the use of material and non-material stimulation methods and estimation mechanism of worker contribution in creation of a creative product is offered.

Keywords: creativity, management, formation of creativity, innovation development, model of motivation, staff of enterprise.

Отримано 22.08.2012 р.