

62. КРЕАТИВНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ

Данильченко Е.А., Ошуркевич Е.И.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минска, Республика Беларусь*

Фещенко С.Л. – старший преподаватель

Аннотация. В наше время экономике необходимо не просто развиваться, а постоянно обновляться, совершенствоваться и внедрять инновации, чтобы не только расти, но и выживать в условиях современной конкуренции. В работе рассматривается феномен креативности и инноваций, а также показана их роль в формировании конкурентоспособности современных компаний. Приведены преимущества и недостатки использования персоналом в ходе рабочей деятельности креативного мышления, проиллюстрировано его влияние на развитие инноваций, а также методы поддержки творческих способностей персонала.

В 1950 году Джой Пол Гилфорд ввел понятие креативности, которая заключается в способности генерировать оригинальные идеи, выходящие за пределы устоявшихся шаблонов мышления, а также в умении быстро находить решения в сложных ситуациях. Со временем это понятие приобрело ряд уточняющих его характеристик. Например, креативность персонала представляет собой ключ к инновациям, которые помогают компаниям опережать конкурентов [1].

Джой Гилфорд выделил четыре ключевых аспекта креативности сотрудников:

1. Оригинальность – способность создавать нестандартные ассоциации и необычные ответы;
2. Гибкость в семантике – способность выделить главное свойство объекта и предложить новый способ его использования;
3. Гибкость в образах – способность изменять форму стимула для обнаружения новых характеристик и возможностей использования;
4. Спонтанная гибкость в смысле – способность генерировать разнообразные идеи в нерегламентированных ситуациях.

Исходя из этих теоретических концепций, Гилфорд и его коллеги разработали 14 подтестов для программы исследования способностей, которые оценивают дивергентную продуктивность – основу креативности. Некоторые примеры тестов:

- Тест на легкость использования слов;
- Тест на использование предмета;
- Тест сравнения картинок и т.д [2].

По ним определяется уровень креативного потенциала работников – одного из основных гибких навыков (soft skills) как на тот момент, так и на сегодняшний день. Так, доля опрошенных работодателей, которые назвали креативность персонала ключевым важным навыком для карьерного развития, составляет 49%.

Креативность персонала связана с понятием инновационности – умением работать с прорывными идеями, способностью увидеть их раньше остальных и взяться за их реализацию.

Исследования, проведенные психологами, демонстрируют, что люди имеют разные подходы к восприятию инноваций. Сотрудников организации можно разделить на 7 типов в зависимости от их отношения к новшествам: новатор (постоянно ищет возможности улучшения производства и управления через собственные инициативные предложения), энтузиаст (принимает новые идеи независимо от степени их разработанности), рационалист (принимает инновационные предложения только после тщательного анализа), нейтрал (действует в соответствии с указаниями, полученными от других), скептик (не верит ни во что, даже если нововведения явно полезны), консерватор (против любых изменений и инноваций), ретроград (активно выступает против новшеств, считая, что старое всегда лучше нового, похож на консерватора). [3,4].

Существует несколько точек зрения на взаимосвязь креативности и инновационности с научной точки зрения. Одна из них утверждает, что креативность является неотъемлемой частью инноваций. Например, Майкл Уэст считает, что инноватор обладает высоким уровнем как креативности, так и способности внедрять новые идеи на практике. Хотя креативность и инновации связаны между собой, они имеют свои отличия: креативность заключается в создании новых идей, которые могут быть обменены с другими, но становятся инновациями только после внедрения в практику. Поэтому креативность можно рассматривать как первый шаг к последующим инновациям. [5,6].

Следовательно, инновационная составляющая компании напрямую зависит от креативности её персонала: она может оказывать влияние, как способствующее, так и препятствующее развитию инноваций компании.

Креативность персонала способствует развитию инноваций следующим образом:

1. Генерация новых идей. Креативный персонал способен генерировать новые идеи, которые могут привести к созданию новых продуктов, услуг или бизнес-моделей;

2. Повышение конкурентоспособности. Инновации, основанные на креативности персонала, могут помочь компании повысить свою конкурентоспособность на рынке;

3. Улучшение морали. Креативная среда может повысить мораль сотрудников и сделать их более лояльными к компании;

4. Привлечение и удержание талантов. Креативные люди ценят возможность работать в компании, которая поощряет творчество;

5. Повышение адаптивности. Креативный персонал может помочь компании быстрее адаптироваться к меняющимся условиям рынка за счёт предложения решений актуальных проблем компании

Однако креативность персонала может и препятствовать развитию инноваций:

1. Риск неудачи. Не все креативные мысли будут успешны, что может привести к потере времени и ресурсов;

2. Необходимость инвестиций. Развитие креативности персонала требует инвестиций в обучение, тренинги и создание соответствующей рабочей среды;

3. Конфликты. Креативные люди зачастую имеют отличные друг от друга точки зрения, что нередко приводит к конфликтным ситуациям;

4. Неопределённость. Креативность часто связана с неопределённостью, что создаёт некомфортную среду для некоторых сотрудников, таких как скептики, консерваторы и ретрограды [7].

Таким образом, с целью максимизации положительных и минимизации отрицательных последствий, предприятию необходимо выполнять ряд методов поощрения креативности персонала:

– Поощрение и признание достижений. Предприятию необходимо выработать систему наград за креативные идеи, например, финансовые поощрения в виде премий или надбавок к заработной плате, предложения более высокой должности;

– Создание комфортных условий работы и предоставление необходимых ресурсов для реализации их идей на практике. Необходимость прислушиваться к креативным сотрудникам с целью максимизации полезности их труда;

– Обеспечение возможностей для саморазвития. Предоставление доступа к обучающим программам, мастер-классам, тренингам и другим мероприятиям, способствующим развитию креативности и других гибких навыков;

– Участие в проектах и инициативах. Предоставление возможности участия в интересных и значимых проектах, где сотрудники проявляют свои креативные способности;

– Измерение эффективности. Необходимо следить за тем, как реализация креативных идей персонала влияет на изменение показателей компании [8,9,10].

В заключение можно сделать вывод, что креативность персонала играет важную роль в сфере инноваций предприятия. Несмотря на то, что креативность характеризуется наличием риска неудачи планируемой инновации и некоторыми другими недостатками, в большинстве своём она всё равно приводит к улучшению конкурентоспособности и ряду других преимуществ. Поэтому необходимо проводить мероприятия для развития креативности персонала. При грамотном подходе к управлению креативным персоналом его творческий потенциал может стать движущей силой инноваций и успеха компании.

Список использованных источников:

Christensen, C. M. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fall*. – Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1997. – 264 с

Guilford J. P. *Creativity* / Cooper H. // *American Psychologist* : сб. тр. – R. : American Psychological Association, 1950. – Вып. 5. – С. 444-454

Инновационный менеджмент : справ. пособие / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – М. : Центр исследований и статистики науки, 2003. – 415 с.

Краюхин, Г. А. *Инновации, инновационные процессы и методы их регулирования: сущность и содержание* / Г. А. Краюхин, Л. Ф. Шайбакова. – СПб : ГИЭА, 2003.

Яголковский, С. Р. *Психология креативности и инноваций* – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 158 с.

Намаконов И. М. *Креативность* – М. : Альпина.Дети, 2019. – 154 с.

Беляцкий Н. П. *Креативный менеджмент* – М. : Высшая школа, 2018. – 253 с.

Беляцкая, Т. Н. *Креативные технологии бизнеса : учеб.-метод. пособие* / Т. Н. Беляцкая, В. С. Князькова, С. Л. Фещенко. – Минск : БГУИР, 2018. – 116 с.

Беляцкая, Т. Н. *Мировой рынок электронной коммерции и опыт Китая* / Т.Н. Беляцкая // *Бизнес. Инновации. Экономика* № 5, 2021. – С.62-70.

Золотарёв С. П. *Понятие креативности и инноваций - современный философский анализ* / KANT : сб. тр. – С. : «Издательство Ставролит», 2022. – Вып. 2. – С. 110-115