

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ІННОВАЦІЙ

Промисловий та інтелектуальний розвиток сучасного світу потребує постійного впровадження інновацій, які є результатом ефективної праці людей. Цей розвиток базується на системі генерування нових ідей, якісно відмінних від інших. Тому теорію про те, що ідея є лише запорукою успішного починання будь-якої новизни можна вважати тільки частиною впровадження інновації, адже ідеї необхідні й на всіх інших етапах функціонування підприємства [1]. А ідеї, як відомо, найчастіше виникають у креативних осіб.

Безперечно, креативний розвиток організації є запорукою ефективного функціонування будь – якого підприємства у напрямку досягнення нових шаблів у розвитку суспільства загалом та членів колективу зокрема. Він накладає певний відбиток на систему менеджменту, місію, цілі та завдання організації, а особливо на процес формування конкурентних переваг підприємства за рахунок всієї сукупності інноваційно-інвестиційних процесів у господарській системі організації [2]. Креативний розвиток є результативною ознакою креативного потенціалу, який формується у процесах становлення та подальшого господарського розвитку підприємства [3].

Таким чином, креативний потенціал можна визначити як відповідь групи або команди людей на новизну, а також він є їх реакцією на можливість використання своєї творчої активності, вміння самовиражатися та виходити за межі встановлених стереотипів [3].

Незважаючи на те, що саме креативний потенціал працівників на підприємстві є запорукою успіху організації, виникають певні проблеми на етапах його формування та використання. Як зазначається у працях Г.І. Ванюріхіна [4], хоча більшість керівників і схвально відповідають на те, що творчі працівники – це добре для підприємства, однак при реалізації ідеї управлінці часто стикаються з труднощами, оскільки не розуміють специфіки діяльності таких працівників та необізнані з повним набором інструментарію роботи з ними.

Варто розрізняти 2 групи проблем, з якими стикаються менеджери управління: 1) група проблем формування креативного потенціалу менеджерами інституційного рівня та 2) група проблем, пов'язана із використанням креативного потенціалу.

Під час формування креативного потенціалу управлінці стикаються із проблемами, які ми об'єднали у такі блоки: 1- проблеми індивідуального характеру; 2 – проблеми функціонально – регламентованого характеру; 3 - проблеми міжособистісного характеру.

Перший блок виокремлений на основі того, що практично кожен менеджер для підвищення ефективності діяльності підприємства бажає залучити до роботи творчих людей, проте часто таке бажання залишається лише бажанням. Іноді менеджери можуть зустрітися з проблемою відсутності креативних працівників, або ж є лише ті особи, які не хочуть активно працювати в напрямку формування креативного потенціалу.

Другий блок проблем включає проблеми, які пов'язані із обмеженням статусу «новатора» чи «креативного працівника». Незважаючи на творчий запал людини до роботи в організації та виявлення рівня її креативу на початкових рівнях формування креативного потенціалу підприємства, існують певні обов'язки, інструкції та положення, згідно яких будь – який працівник має виконувати визначений перелік робіт, а це формує своєрідні рамки подальшої його роботи.

Виникнення проблем, які можна віднести до третього блоку пов'язане з тим, що навіть коли управлінці уміло формують креативну команду на підприємстві, сприяють створенню середовища ефективного їх функціонування, враховують їх особистісні риси такі як: незалежність, відкритість розуму, конструктивна активність, висока толерантність до нерозв'язаних ситуацій тощо, [2] все ж у процесі генерування ідей право вибору перспективної ідеї, її коректування та подальше розроблення часто залишаються поза увагою її істинних розробників. А це може стати своєрідним стереотипом на шляху кар'єрного зростання креативного працівника і викликати деякі побоювання чи застереження, які формуватимуть політику недовіри до управлінців інституційного рівня на даному підприємстві.

Наступна група проблем – це проблеми використання креативного потенціалу працівників інноваційної сфери. Тут, можна виділити такі блоки проблем, які подібні за назвою до попередніх, однак відмінні дещо за своєю сутністю: 1 – проблеми особистісного характеру; 2 – проблеми адміністративно-організаційного характеру; 3 – проблеми міжособистісного характеру.

В основі першого блоку проблем, що можуть виникати у процесі використання креативного потенціалу працівників інноваційної сфери менеджерами інституційного рівня управління лежать розуміння того, що хоча керівники і готові прийняти креативних людей, вони не готові працювати за «правилами гри», які обумовлюватимуться з боку творчих працівників. Тобто, можливе виникнення так званих «творчих колізій» [1]. Такими проблемами можуть бути:

— «приглушення» роботи креативних колективів чи працівників зокрема за рахунок провадження на підприємстві політики менеджерів (менеджери інноваційної сфери часто звертають увагу на просування власних ідей);

— небажання менеджерів інституційного рівня управління знаходити компроміси з творчими працівниками у процесі створення нових ідей;

До проблем адміністративно-організаційного характеру можна віднести:

— відмова формування «нового» робочого простору для творчих працівників, тобто неготовність менеджерів приймати новий стиль роботи таких людей, який ґрунтується на відмінних від традиційних умов праці (робота вдома чи нерегламентований робочий графік);

— відсутність на підприємствах комплексу методів для генерування ідей співробітниками інноваційної сфери;

— відмова чи небажання використовувати інноваційні методи управління креативним потенціалом менеджерів інноваційної діяльності;

— нав'язування креативним командам політики підприємства, тобто встановлення меж на генерування ідей;

— недостатній рівень мотивування основних працівників підприємства, які б могли формувати творчий потенціал підприємства, тобто відсутність чи недостатня кількість мотиваційних факторів, які б мали позитивний вплив на зацікавленість працівників у досягненні цілей та місії організацій у напрямку інноваційної діяльності.

Третю групу проблем використання креативного потенціалу працівників інноваційної сфери формують наступні проблеми:

— недовіра працівників організацій вищестоящим менеджерам щодо порядку просування інноваційної ідеї та збереження авторства на креативну ідею, тобто проблеми «привласнення» інноваційної ідеї управлінцями;

— неможливість самостійного подальшого розроблення креативного задуму працівника, тобто часто управлінці заради отримання швидкого ефекту від креативних ідей формують команду, утверджують план з просування ідеї, але на думку працівника вона б мала розвиватися у інший спосіб і потребує додаткового часу на її представлення.

Таким чином, при формуванні креативних колективів та сукупного креативного потенціалу потрібно не лише старатися нарощувати обсяги креативних ідей за рахунок їх генерації, а знаходити причини, що матимуть вплив на процес формування та використання даного потенціалу. Оскільки, часто саме креативний потенціал у поспішному розвитку науки та техніки є ключовим фактором, що формує креативні переваги підприємства.

1. Бацук Т.О. Підбір персоналу та ухвалення рішень у креативному управлінні організацією / Бацук Т.О., Смірнова Я.І. //Маркетинг і менеджмент інновацій. –2012 –№1. – С. 148 – 155.2.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. Данченко О.Б. Креативний потенціал команди як фактор успіху проекту [Електронний ресурс] / О.Б. Данченко, Ю.М. Кузьмінська // Збірник наукових праць «Управління проектами та розвиток виробництва» - Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля. - 2012. - № 3 (43). - С. 70-74. - Режим доступу: [rtdp.org.ua /images /Journal/43/12debful.pdf](http://rtdp.org.ua/images/Journal/43/12debful.pdf). 4.Ванюріхін Г.І. Креативний менеджмент [Електронний ресурс] / Г.І. Ванюріхін / Менеджмент у Росії і за кордоном. – 2001. - №2. - Режим доступу: dis.ru/.