

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## ЕТАПИ КРЕАТИВНОГО ПІДХОДУ ДО СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙ

*Анотація. Розглянуто значення креативного підходу до створення інновацій у сучасних умовах. Проаналізовано основні етапи розробки інновацій. Визначено негативні фактори, що заважають реалізації креативних підходів науковцями та працівниками в процесі створення інновацій.*

*Аннотация. Рассмотрено значение креативного подхода к созданию инноваций в современных условиях. Проанализированы основные этапы разработки инноваций. Определены негативные факторы, мешающие реализации креативных подходов учеными и работниками в процессе создания инноваций.*

*Annotation. The importance of a creative approach to creating innovation in the modern world was considered. The main stages of the development of innovations are analyzed. Negative factors hindering the implementation of creative approaches scholars and professionals in the process of innovation are identified.*

*Ключові слова: креативний підхід, інновації, науковці, працівники, етапи розробки інновацій.*

Сучасні економіка і суспільство в розвинених країнах усе більшою мірою стають креативними, їх головними продуктами є нові ідеї та інновації в різних сферах людської діяльності. У розвинених країнах креативність стає й основним джерелом економічної цінності. Збільшується значущість креативних здібностей порівняно з такими ресурсами, як земля та капітал. Використання нестандартних творчих ідей та рішень у бізнесі та управлінні – прямий результат підвищення інтенсивності конкурентної боротьби, що вимагає інноваційних ідей, більш активного використання нетрадиційних інструментів управління.

Хоча люди за своєю природою мають творчі здібності, працівники багатьох компаній воляють уникати творчого підходу до виконання своїх обов'язків, що в кращому випадку веде до зниження мотивації цих працівників, у гіршому – до упущення колосальних можливостей для організації. Тому головне питання, відповідь на яке повинні знайти керівники компаній, – як отримати реальну користь з творчого потенціалу своїх працівників і, розвинувши цей потенціал, трансформувати його в інновації, – здатні забезпечити компанії перевагу перед конкурентами.

Багато науковців, займаючись дослідженнями проблем розробки інновацій, розглядають питання процесу творчості. Серед них особливої уваги заслуговують роботи: А. Маслоу, Р. Дафта, Г. Ванюрихіна, А. Матюшкіна, Н. Малої та ін.

Але далеко не всі проблеми, пов'язані з дослідженням процесу створення інновацій, достатньо розглянуто. Перш за все, це негативні фактори, що перешкоджають формуванню креативності впровадженню її результатів, а також сутність і послідовність етапів процесу створення інновацій.

Тому метою роботи є уточнення етапів креативного вирішення поставлених завдань, а також визначення головних перешкод цьому на промислових підприємствах та в науково-дослідних інститутах.

Креативні рішення завжди характеризуються високим ступенем ризику, навіть непередбачуваністю. Звідси проблема поєднання мистецтва і наукового підходу в управлінні: "Поєднання наукового підходу і мистецтва у підготовці рішень характерні для бізнесу, і проблема полягає в тому, щоб кожен підхід знайшов своє місце" [1, с. 78].

Пріоритет, що віддають у сучасній науці засобам над цілями, призводить до того, що командні позиції займають не дослідники-новатори, а методологи, "технарі", "інструментальники". Науковцю - "технарю" простіше "підігнати" проблему під ту чи іншу методику і процедуру, ніж підібрати методику, найбільш адекватну існуючій проблеми. Перше питання, яке він задає собі, звучить приблизно так: "Які проблеми можна дослідити за допомогою методик, якими я володію?". У той час як йому слід було б запитати себе: "Які з існуючих проблем найбільш важливі, які вимагають невідкладного вирішення, яким із них я повинен присвятити свої сили і час?". Основна небезпека догматизму в науці полягає в тому, що він перешкоджає оновленню методології наукового пізнання. Закони наукової методології, одного разу сформульовані, стають беззаперечною догмою для законопослушного науковця. Застосування оригінального методу, спроба нестандартного вирішення проблеми викликає підозру і, як правило, сприймається негативно [1, с. 48].

Навіть на початковому етапі інноваційного процесу креативні люди можуть зіткнутися з негативними факторами зі сторони підприємства, що блокують будь-які прояви креативності. До таких факторів, наприклад, відноситься навколишнє оточення, яке не сприяє творчості.

Для створення сприятливого клімату на підприємстві для ефективного протікання процесу розробки інновацій варто усунути такі негативні фактори:

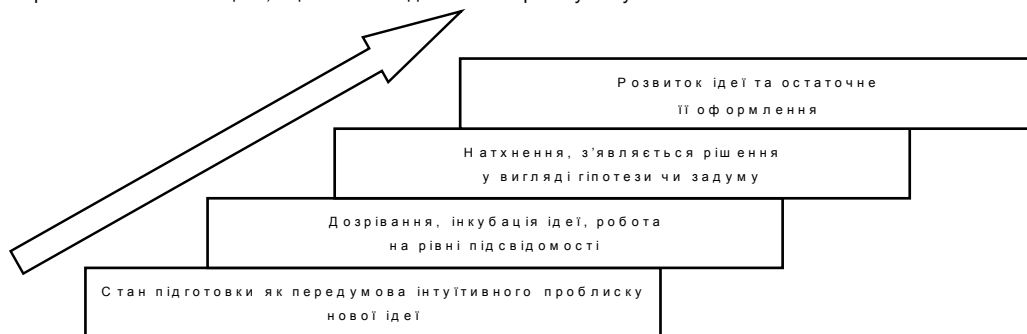
1) нервозність і стреси, що не сприяють розвитку креативності. У колективі повинен бути сприятливий психологічний клімат. Крім того, менеджер має бути впевнений у надійності і стабільності компанії. Жодна людина не здатна творчо мислити в ситуації невідомості або страху перед завтрашнім днем;

2) неправильно обрана схема оплати праці, коли менеджер боїться допустити помилку і лишатися винагороди (бонусу). Не можна оплачувати кожен крок фахівця. Це автоматично блокує здатність мислити креативно, оскільки стримує ризиковані вчинки, без яких неможливі революційні зміни. Менеджер повинен розуміти, що його праця оплачується справедливо. Тоді він, не думаючи щодня про розмір компенсації, зможе продукувати творчі ідеї;

3) неоптимальна кількість часу, виділеного для виконання завдання. В умовах поспіху людина не може сконцентруватися на поставленому завданні, а відповідно, проникнути в її суть. Утім, занадто велика кількість часу теж негативно позначається на креативності, оскільки викликає бажання відкласти роботу на потім. Необхідно знайти "золоту середину" й усунути всі, відволікаючі від вирішення завдання, фактори;

4) атмосфера змагання. Для отримання найбільш успішного результату необхідна командна діяльність і співпраця. Якщо команда йде до однієї мети, вона швидше досягне успіху. Тому якщо в команді, наприклад, два креативних співробітника, краще спрямувати їх діяльність у різні напрями. А також обов'язково заохотити роботу кожного з них.

Матюшкін А. М. розглядає повну структуру продуктивного циклу креативного мислення: породження проблеми – формулювання проблеми – пошук рішення – розуміння (інсайт) – обґрунтування (інтерпретація) – реалізація рішення [3, с. 264]. Але, думку автора, доцільно виділити чотири основні етапи творчого підходу до розробки інновацій, що наведені на рисунку.



**Рис. Етапи креативного підходу до розробки інновацій**

Річард Дафт виокремлює ролі, які виконують працівники організації в процесі організаційних змін щодо інноваційної діяльності, а саме: винахідник, захисник, організатор і критик. Винахідник пропонує на розгляд нову ідею, технічно обґрунтовує її, проте у нього немає ні можливості, ні інтересу розвивати її. Захисник вірить в ідею, аналізує всі позитивні та негативні сторони, знаходить фінансову чи організаційну підтримку, необхідну для втілення ідей. Організатор – це керівник вищої ланки управління, який приймає рішення про реалізацію пропозиції та усуває бар'єри, які виникають на його шляху. Критик проводить реальну перевірку ідей, шукає недоліки, встановлює реальні критерії, які повинна задовольняти інновація [4, с. 438].

Таким чином, креативний підхід до розробки інновацій залежить від низки факторів. Основними (загальнонауковими) з них, що проявляють негативний вплив, є надання пріоритету засобам над цілями, а також догматизм у науці. Вони перешкоджають оновленню методології наукового пізнання, а як результат заважають створенню інновацій. Крім того, на підприємствах існують деякі організаційні та психологічні негативні чинники. Їх усунення є головною метою управлінців та керівників відділів розробок. Вони повинні створити умови для розкриття творчого потенціалу своїх працівників і в результаті трансформувати його в інновації, здатні забезпечити підприємству конкурентні переваги. Основними етапами процесу розробки інновацій щодо використання креативного підходу є: стан підготовки як передумова інтуїтивного проблиску нової ідей; дозрівання, інкубація ідей, робота на рівні підсвідомості; натхнення, з'являється рішення у вигляді гіпотези чи задуму; розвиток ідей та остаточне її оформлення.

*Наук. керівн. Ястремська О. М.*

**Література:** 1. Ванюрихин Г. И. Творчество в менеджменте / Г. И. Ванюрихин // Вестник Международного Университета. – Серия "Менеджмент". – М., 2000. – Вып. 3. – С. 38–44.  
 2. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу ; пер. с англ. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.  
 3. Матюшкін А. М. Мышление, обучение, творчество / А. М. Матюшкін. – М.: Изд. Московского психолого-социального института. – Воронеж: МОДЕК, 2003. – 720 с.  
 4. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт ; пер. с англ. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 864 с.  
 5. Мала Н. Т. Креативність як складова ефективного управління / Н. Т. Мала // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Серія "Менеджмент та

підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку". – 2011. – № 704. – С. 18–23.