

УДК 159.9

КРЕАТИВНОСТЬ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

О.С. Илюхина

студентка 2 курса факультета психологии

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

E-mail: iluxinao@mail.ru

Научный руководитель

Т. Н. Щербакова

док. психолог. наук, профессор

Аннотация: Статья посвящена вопросам изучения креативности и ее влиянию на инновационные процессы на предприятии. Исследуются критерии, сущность понятий креативность и инновационный процесс, рассматривается взаимосвязь между уровнем креативности и качеством инновационных процессов.

Ключевые слова: креативность; инновации; инновационный процесс; творческая личность.

CREATIVITY AND INNOVATION PROCESSES IN THE ENTERPRISE

O.S.Ilyukhina

Scientific adviser

T.N. Scherbakova

Abstract: Article is devoted to the study of creativity and its impact on the innovation processes in the enterprise. We study the criteria, the essence of the concepts of creativity and innovation process, examines the relationship between the level of creativity and quality of innovation processes.

Keywords: creativity; innovation; the innovation process; creative person.

В настоящее время в условиях трансформирования экономической системы особое внимание уделяется внедрению инновационных процессов на предприятии, что является качественным изменением использования внутренних ресурсов, в первую очередь персонала. Основным фактором

повышения конкурентоспособности предприятия должны стать активация инновационных процессов, направленных на использование знаний, эффективном взаимодействии людей и технологий.

Сегодня особая роль отводится креативности, которая является частью компетенции персонала (способность к творческому взгляду и использование нестандартных подходов в решении поставленных задач). Важно рассмотреть влияние уровня креативности на успешность инновационных процессов, осветив при этом сущность этих понятий.

Завлин П. Н. в своей книге «Основы инновационного менеджмента» дает следующее определение инновации [3]: «Новая или улучшенная продукция (товар, работа, услуга), способ (технология) ее производства или применения, нововведение или усовершенствование в сфере организации и (или) экономики производства, и (или) реализации продукции, обеспечивающие экономическую выгоду, создающие условия для такой выгоды или улучшающие потребительские свойства продукции (товара, работы, услуги)».

С.А. Агарков выделил несколько источников идей для инноваций [1]:

- явления, открытия, научные идеи и теории;
- изобретения и лицензии;
- рационализаторские предложения;
- прочие ситуации.

Термин «процесс» – содержание представляет собой то, что делается, а процесс то, как это делается [4].

Таким образом, инновационный процесс представляется как направленная последовательность действий, целью которых является получение нового либо модернизированного продукта, востребованного на рынке и используемого на практике, полученного с помощью научного исследования.

Инновационный процесс основывается на действии, которое приводит к изменению начального состояния (проблемы, задачи, идеи) к желаемому результату.

В данных обстоятельствах важно организовать систему синтеза знаний, идей, решений, способствующих активной инновационной деятельности. Эту задачу можно решить, формируя особую структуру поведения внутри предприятия, которая основывается на стимулировании креативности персонала. Однако, нужно учитывать, это труднореализуемая задача и еще недостаточно изученная.

Феноменом креативности представляет большой интерес как у ученых, поскольку является физиологическим и психическим процессом, так и в бизнес-среде [5]. Раннее креативность воспринималась как способ личного развития человека, но сегодня ей уделяется особое внимание в связи с тем, что она является конкурентным преимуществом при производстве нового продукта или услуги.

При исследовании состояния креативности на предприятии, можно выделить следующие проблемы [2]:

- отсутствие системы тренингов по развитию креативности;
- трудности по реализации интересных предложений и инноваций;
- сложности по взаимодействию стратегии и креативных команд;
- отсутствие опыта работы в рамках самообучающихся организаций;
- отсутствие привычки делиться опытом и ноу-хау (в условиях кризиса).

Креативность – творческие способности индивида – способности порождать необычные идеи, отклоняться от традиционных схем мышления, быстро решать проблемные ситуации [3]. Характерна готовность к продуцированию принципиально новых идей и входит в структуру одаренности как независимый фактор.

В последние годы этот термин получил в отечественной психологии широкое распространение.

Термин креативность распространяется во многие сферы жизни и становится не только характерной чертой индивида, но и свойством сложно организованных отношений [6].

Таким образом, в основе экономики такого типа лежит способность субъектов решать возникающие (или потенциальные) проблемы с помощью нестандартных, оригинальных методов, что позволяет добиться высокой степени конкурентоспособности, получить дополнительные эффекты (как экономические, так и социальные).

С этого времени начинается активное изучение экономических параметров явления и креативных характеристик субъектов всех уровней экономической деятельности.

Таким образом, одним из признаков креативной экономики можно считать высокую долю людей, занятых в определенных (требующих способностей к творчеству, управлению, инновационному развитию) сферах общественного производства.

В. А. Журавлев [2], оценивая зарубежные концепции этапов развития общества, противопоставляет информационную экономику (как период, наступающий после стадии постиндустриального развития), экономику знаний (как последующий этап) и инновационную экономику (как закономерный итог развития), при этом инновационное общество отождествляется с креативным (тем самым, «инновационность» и «креативность» трактуются как взаимозаменяемые термины).

Библиографический список:

1. Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. Учебное пособие. – М.: Издательство «Академия Естествознания», 2011.
2. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества (Часть 1) // Креативная экономика, 2008. № 4 С. 3-8.
3. Завлин П. Н. Основы инновационного менеджмента. – М.: Наука, 2004.
4. Краткий толковый психолого-психиатрический словарь. Под ред. К. Игишева, 2008.
5. Пищик В.И. [Психология мобильности человека: объяснительные схемы.](#) // [Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию.](#) 2015. Т. 2. № 1. С. 5-14.

6. Суворова А.В. Особенности инновационного процесса в контексте креативности // Управление экономическими системами. Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, 2016.