

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-5>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/210EVN515.pdf>

DOI: 10.15862/210EVN515 (<http://dx.doi.org/10.15862/210EVN515>)

УДК 331.104

Синева Надежда Леонидовна

ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина»

Россия, Нижний Новгород¹

Доцент кафедры «Инновационных технологий менеджмента»

Кандидат педагогических наук

E-mail: sineva-nl@rambler.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=737347

Яшкова Елена Вячеславовна

ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина»

Россия, Нижний Новгород

Доцент кафедры «Инновационных технологий менеджмента»

Кандидат педагогических наук

E-mail: Elenay2@yandex.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=737406

Управление развитием интеллектуально-креативной деятельности персонала современной организации

¹ 603004, г. Нижний Новгород, ул. Челюскинцев, 9

Аннотация. Современные представления о структуре и качестве рабочей силы изменились в последние полтора-два десятилетия как реакция на бурное развитие высокотехнологичных производств. На смену количественному пришел качественно иной подход к определению уровня содержания деятельности работников организации. Если ранее у бизнесменов богатство организации ассоциировалось с обладанием материальной составляющей в организации (материальные ресурсы, сырье, количество работников и т.д.), то сейчас в их сознании прочно укрепилась мысль о том, что богатство организации определяется качеством человеческих ресурсов, их интеллектуальной и, что не менее важно, креативной составляющей.

Авторы статьи считают, что инвестиции в развитие интеллектуальной и креативной составляющих постепенно становятся нормой ведения бизнеса. Интеллектуально-креативная деятельность на практике проявляется в генерировании нового знания, создании инновационных продуктов, технологий, моделей, оригинальных идей. Отсюда, отмечают авторы, возникает потребность не только в создании особых условий организации труда креативных личностей, но и в формировании и наращивании собственных интеллектуально-креативных ресурсов.

Такой подход предполагает, что особую ценность представляет не просто интеллектуальная составляющая организации, включающая опосредованное обладание определенными знаниями, а способности персонала к их воспроизводству и реализации на практике, т.е. обладающими специфическими компетенциями. На основе анализа экономико-управленческой литературы авторами раскрываются ключевые компетенции персонала с позиции креативной экономики, а также затрагиваются вопросы управления формированием и развитием его интеллектуально-креативной деятельности.

Ключевые слова: интеллект; креативность; креативная экономика; персонал; управление; развитие; деятельность.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Синева Н.Л., Яшкова Е.В. Управление развитием интеллектуально-креативной деятельности персонала современной организации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015)
<http://naukovedenie.ru/PDF/210EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/210EVN515

О необходимости реализации креативного подхода и степени его актуальности можно встретить в некоторых концепциях менеджмента, которые, однако, прямо на креативность в соответствующих терминах не указывают. Например, концепция стратегического успеха (И. Ансофф) раскрывает сущность креативной деятельности персонала организации через своеобразную научную процедуру, которую проходит организация, начиная со стратегического диагноза и заканчивая созданием инновационных продуктов, технологий, услуг.

Авторы отмечают, что такие термины как «креативный», «креативность» применяются на сегодняшний день достаточно широко, в различных аспектах, применительно к мышлению, к личности, к коллективам и к организации в целом, а в некоторых научных трудах к креативной среде, креативной сети и креативной экономической системе государства. Например, с позиции менеджмента – это некий инновационный процесс создания системы знаний, в которой конечный результат интеллектуальной деятельности рассматривается с точки его структуры (креативный менеджмент). С точки зрения применения термина «креативный» к конкретной личности правомочно говорить об эвристическом менеджменте (к сожалению, до сих пор во многих научных трудах происходит подмена данных понятий) [5].

Авторы полагают, что креативный тип мышления представляет собой своеобразный калейдоскоп: умение составить целое из частей, причем части одни, а «картинка» каждый раз новая. Бесконечности новых возможностей рождаются силой воображения и творчества. В этом случае речь идет о деловой креативности, присущей как отдельной личности, так и организации в целом. Известны два уровня творческого мышления: репродуктивный (использование стандартных методов и процедур при решении поставленной задачи), новационно-репродуктивный (решение поставленной задачи с использованием нестандартных методов и наиболее эффективных процедур). В рамках последнего можно выделить два уровня: собственно новационный (способность специалиста ставить цели и задачи своей деятельности, деятельности своих подчиненных и организации в целом, разрабатывать инновационные методы и процедуры их достижения) и новационно-креативный (способность специалиста разрабатывать концепции своей деятельности, деятельности своих подчиненных, организации в целом на основе многоуровневой оценки ситуации в организации и внешней среде).

Термин «креативная сеть» озвучивается в большей мере с позиции маркетинг-менеджмента, поскольку в данном случае имеется в виду создание сети предприятий, заинтересованных в создании и производстве товаров, технологий и услуг, превосходящих по своим свойствам товары-заменители, производимые конкурентами. Каждое предприятие осознанно стремится улучшить свою деятельность и деятельность другого участника, поскольку это влияет на прибыльность всей сети, т.н. сообщества добавленной стоимости [1]. Употребление термина «креативный» к деятельности предприятия фокусируется на творческом характере отдельных процессов и явлений, которые становятся своеобразной визитной карточкой организации. Именно этот аспект вызывает наибольший интерес в последние годы, поскольку практика деятельности отдельных известных в мировом масштабе фирм делает упор на управление знаниями, как основной фактор развития предприятия в XXI в.

Теория и практика креативной деятельности представляет собой дуализм. С одной стороны – это неразрывность и единство знаний, умений, навыков, действий, стратегий, с другой – их неравнозначность: теории и практике во все времена придавали неравное значение, отдавая предпочтение зачастую деятельностной (практической) составляющей.

Г. Хемел и К. Прахалад выделили основную характеристику креативной деятельности, являющейся условием развития организации, ее бренда, технологии, продукта и других составляющих, ведущих к рационализации и оптимизации издержек, – «глобальное опережение», проведя аналогию с маркетинговыми 4Р: опережение, близость к рынку, благожелательное отношение потребителей и каналы сбыта [8, С. 216].

Креативная деятельность предприятия может быть определена как способность извлекать стоимость из интеллектуального капитала, т.е. управлять отношениями между человеческим капиталом (способностями и знаниями сотрудников), капиталом клиента (уровнем взаимной интегрированности) и организационным капиталом (знания и культура организации), максимизирующими потенциал организации создавать стоимость [2].

По мнению авторов, подобный подход означает, что взаимоотношения организации с клиентом являются частью интеллектуального капитала, а заимствование знаний и технологий через вступление в стратегические союзы представляются весьма целесообразными. В этом смысле особую ценность приобретают ключевые компетенции персонала организации: уникальные характеристики, принадлежащие исключительно конкретному предприятию, являющиеся заделом на будущее. Конечно, это не актив предприятия в известном экономическом смысле этого слова, который можно реализовать посредством купли-продажи (например, патент или само предприятие). Данные компетенции проявляются в способностях: способности управлять данным предприятием, способности получить данный патент, способности управлять интеллектуальной собственностью организации. Данные компетенции можно сформировать в рамках организации, а можно получить извне посредством заимствования и трансформации знаний, умений и навыков стратегических партнеров.

Таким образом, речь идет о формировании человеческих ресурсов нового типа, способных и готовых создавать, применять, компоновать идеи, технологии, знания. Человеческий капитал постепенно приобретает в глазах менеджеров не меньшую важность, чем финансовый капитал или основные средства, особенно с точки зрения долгосрочного процветания компании [3, С. 41-44]. Понятие «человеческий капитал» рассматривается как фактор, приносящий прибыль за счет уникального субъективного набора характеристик личности (талант, способности, мотивация, знания и др.) и обеспечивающими их системами организации, представляющими стратегические ресурсы. Комбинация новых знаний, связанных с людьми, и знаний, связанных с капиталом, образует обобщенную базу компетенции, существующую в организации.

Креативность личности можно также представить в виде трех взаимодействующих компонентов. Изобразим данную взаимосвязь схематично (рисунок 1).

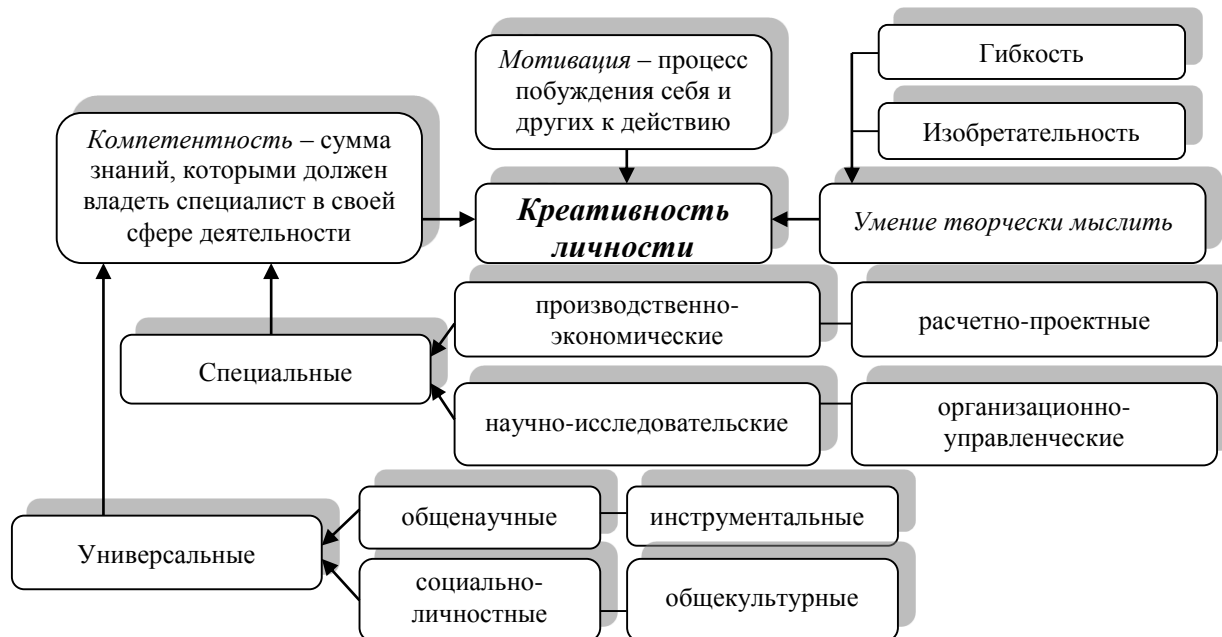


Рисунок 1. Компоненты креативности личности (составлено авторами)

Управлять креативной деятельностью персонала организации можно посредством воздействия на все или отдельные компоненты креативности.

Возвращаясь к вопросу о креативности в экономике, авторами отмечается, что на данном этапе она вступает в полную силу. Пройдя путь от «новой экономики» к «экономике знаний», креативная экономика стала представлять собой целостную экономическую систему, в которой отмечается высокая степень мотивации на разработку и производство новшеств, на генерацию нового знания, открытия в различных областях и сферах человеческой деятельности. Способствует этому имеющийся знаниевый задел, основывающийся в основном на фундаментальных исследованиях (научное знание). В этой связи меняется модель современного менеджмента, главной характеристикой которого является творчество, креативность, то есть способность специалистов к генерации новых идей; ориентация на современное качество жизни потребителя [9].

Свойства и законы креативной экономики распространяются не только на конкретные области деятельности, но и на творчески и высокотехнологичные отрасли реального сектора экономики, затрагивающие проекту, научно-исследовательскую деятельность, разработку программного обеспечения, наукоемкое производство. Речь идет о том, что структура занятости в отраслях креативной экономики продиктована потребностями производства нового знания, и доля креативного класса в данной структуре неуклонно растет.

Новая парадигма отечественного образования определяет результативность креативной деятельности специалистов посредством умения последнего применять на практике имеющиеся у него знания, а из множества альтернатив выбрать лучшую, нужную, эффективную. Рефлексно-креативное образование приходит на смену информационному образованию. В вузах вводятся курсы «Креативного менеджмента», «Алгоритмов решения нестандартных бизнес-задач» и др. Исследования показывают, что все формы обучения, такие как внутриорганизационное и внеорганизационное работают на удовлетворение конкретных потребностей организации и способствуют ее позитивному имиджу на рынке труда [10].

Авторы полагают, что на данный момент осознана необходимость развития такого обучения, поскольку именно оно будет влиять на формирование деятельности всех сфер

экономики, научного фундамента инновационного менеджмента на местах, управление процессом интеллектуально-креативной деятельности персонала организаций.

В последние годы усилилась роль креативной составляющей человеческих ресурсов, вследствие чего многие отрасли экономики претерпевают большие изменения: меняется профессионально-квалификационный состав работников, появляется все больше и больше профессий смежного типа, а информационные технологии позволяют автоматизировать сложные производства, требующие одновременное задействование знаний из области механики, техники, программирования. Отрасли промышленности, торговли, финансов также находят одновременное отражение в новых профессиях.

Автоматизация производственных процессов приводит к вытеснению живого труда, он все больше отходит на задний план, перестает быть первостепенно важным в отличие от универсального труда, опирающегося на весь накопленный человечеством опыт, знания, культуру, ценности. Подобный универсальный труд в креативной экономике и есть главная составляющая деятельности человека. Его можно трактовать по-разному. С одной стороны, он может проявляться в совместной деятельности рабочего коллектива, представляющего собой совокупность специалистов разных сфер и отраслей. С другой, деятельность отдельно взятых работников, которые используют в своей работе совокупность знаний, опыт, достижения человечества в науке, технике, культуре и искусстве. В данном случае противоречие единства времени и места полностью самоустраняется, как, например, в случае с виртуальной занятостью, а доля непроизводственных мест по отношению к производственным существенно возрастает. Соответственно, меняются и квалификационные требования к вновь появившимся профессиям. К уже имеющимся добавляются критические способности, способности к быстрому реагированию в нестандартных ситуациях, умения мыслить логически, программировать, оперировать информацией и, главное, стремление к постоянному совершенствованию своих творческих возможностей.

Отсюда возникает данность, что невозможно управлять интеллектуально-креативной деятельностью творческих работников традиционными методами. Это возможно только при использовании инновационной системы управления персоналом, которая бы отвечала требованиям креативной экономики, где в качестве объекта управления выступает персонал организации, а предметом его творческий потенциал и инновационное поведение. Такое управление наиболее вероятно для осуществления в рамках инновационных организаций, которые действуют в наукоемких и высокотехнологичных отраслях экономики. Центральным моментом в управлении интеллектуально-креативной деятельностью становится реинжиниринг, теория решения изобретательских задач (Г.С. Альтшуллер) и синектика (У. Гордон). Так, например, организация на производстве синектических групп позволит создать особые условия, стимулирующие процесс генерации нетривиальных идей с помощью ассоциаций, аналогий и другого психологического инструментария. Синектический процесс позволяет прийти к эффективному и неожиданному результату, научному или техническому открытию или изобретению. Он основан на синергетическом эффекте, призванном обогатить теорию познания (Г. Хакен, И. Пригожин).

Таким образом, креативная экономика представляет собой синтез научных знаний о создании и широком применении оригинальных идей, элементов, моделей, новой компоновке уже существующих технологий, генерации знаний, критическом мышлении, выработке ключевых компетенций и их реализации [3, С. 90-96].

На сегодняшний день для работодателя инновационной организации имеют ценность те работники, которые сочетают в себе не только профессионализм и умение быстро справляться с поставленными задачами, но и гибкость, креативность, адаптивность, умение выстраивать отношения как в организации, так и за ее пределами. Многие бизнесмены в

настоящее время осознают, что для успешного функционирования их компании напрямую зависит от количества инвестируемых средств как в новые технологии, так и в персонал, в то время как в 90-х годах XX века они же были ориентированы на менеджеров амбициозных, инициативных и даже агрессивных.

Теперь эффективность менеджера ассоциируется, прежде всего, с умением создавать команду, умением формировать и удерживать интеллектуально-креативных работников, умеющими ставить цели и поэтапно достигать их. Образовательный и интеллектуальный уровень работников, психологическая совместимость, гибкость, адаптационная мобильность также занимают не последнее место в списке требований работодателей. Таким образом, практическая потребность в интеллектуально-креативных личностях диктует необходимость в разработке новых методов формирования и реализации интеллектуального капитала организации.

О.Н. Мельников отмечает, что «очевиден факт: от уровня и степени развитости интеллектуально-креативных ресурсов, используемых организацией, зависят экономические показатели применения всех остальных видов ресурсов. Поэтому важно знать природу не только интеллектуальных, но и креативных ресурсов предприятия, а также механизмы формирования и управления этими ресурсами» [6, С. 11-18].

Говоря о структуре интеллектуально-креативных ресурсов, обратимся к следующему рисунку (рисунок 2).

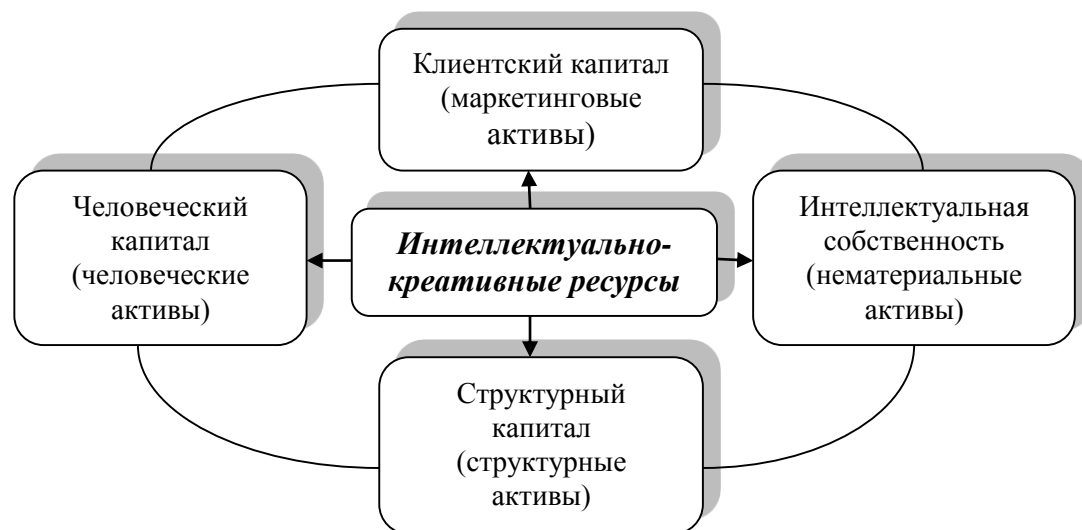


Рисунок 2. Структура интеллектуально-креативных ресурсов (составлено авторами)

Как видно из данной схемы, можно выделить четыре составляющих интеллектуально-креативных ресурсов.

1. Человеческий капитал представлен комплексом знаний, опыта, профессиональных качеств, сюда же можно включить персональный гудвилл работника (личность руководителя), ценностные ориентации коллектива и пр.

2. В состав структурного капитала можно включить все то, что образует саму организацию: от ее организационной структуры, до товарных знаков, патентов, различного рода документацию, инструкции, положения, бизнес-технологии, технологии коллективной работы, корпоративная культура, а также гудвилл бизнеса.

В отличие от человеческого капитала, структурный капитал, возникая во внутренней среде организации, частично принадлежит компании и может выступать объектом купли-продажи.

3. Рыночный/клиентский капитал включает в основном отношения организации с внешней средой. Например, клиентские отношения, наличие контрактов (в т.ч. повторных), знаки обслуживания и имидж фирмы, конкурентную позицию фирмы, контракты, международные связи и отношения.

4. Интеллектуальная собственность – это объекты промышленной собственности, авторского права и ноу-хау организации.

Таким образом, в качестве составляющих компонентов интеллектуального капитала можно выделить опыт работы, а творческую энергию личности, ее созидательные действия, выражающиеся в генерации новых идей, нового знания, новых форм деятельности, включаются в креативный капитал личности. Т.е., интеллектуальный капитал выступает в качестве основного, а креативный в качестве оборотного капитала.

Подводя итоги, необходимо отметить, что креативный менеджмент вполне возможно отнести к двум направлениям образования: к экономике и к менеджменту. Такое расположение на стыке двух научных дисциплин позволит использовать в процессе управления знаниями совокупный научно-методический аппарат для подготовки кадров.

Креативный менеджмент необходимо использовать в управлении интеллектуально-креативной деятельности персонала, поскольку имеет достаточно мощную теоретическую, концептуальную и методологическую базу [4, С. 93-98]. Имея такой основательный научный фундамент, креативный менеджмент способствует решению задач в бизнес-среде, развитию способностей сотрудников с позиции креативности и инноваций и творческого потенциала организации в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бережнов Г.В. Креативная деятельность предприятия как основа для извлечения прибыли из интеллектуального капитала креативная экономика, №1, 2007, С. 69-75.
2. Витцель М. Корпорация знания // Информационные технологии в бизнесе. – СПб.: Питер, 2002.
3. Горелов Н.А. Креативный менеджмент (менеджмент интеллектуально-креативной деятельности) // Креативная экономика, 2008, №5. С. 41-44.
4. Горелов Н.А., Литун О.Н. Креативный менеджмент. Менеджмент интеллектуально-креативной деятельности // Креативная экономика, 2008, №10. С. 93-98.
5. Друкер П.Ф. Задачи в менеджменте в XXI веке. – М.: Вильямс, 2003.
6. Мельников О.Н. Творческая (созидательная) энергия человека как основной источник формирования экономических и социальных отношений в обществе // Креативная экономика. – 2007. – №1. – С. 11-18.
7. Синева Н.Л. Принципы креативного менеджмента // Инновационные технологии управления Всероссийская научно-практическая конференция. 2014. С. 33-35.
8. Хемел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее. М.: ОлимпБизнес, 2002, С. 216.
9. Якубов М.Р. Креативный менеджмент: практический аспект // Креативная экономика, 2010, №11. С. 19-24.
10. Яшкова Е.В. Современные проблемы обучения и развития персонала в сфере туристической индустрии // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. Нижний Новгород, 2014. С. 136-141.

Рецензент: Статья рецензирована членами редколлегии журнала.

Sineva Nadezhda Leonidovna

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
Russia, Nizhniy Novgorod
E-mail: sineva-nl@rambler.ru

Yashkova Elena Vyacheslavovna

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
Russia, Nizhniy Novgorod
E-mail: Elenay2@yandex.ru

Management of the development of intellectual and creative activity of modern organization person

Abstract. Modern ideas of the structure and quality of labor has changed in the last decades as the reaction to rapid development of hi-tech productions. The quantitative approach to the determination of the content level of employees activity of the organization has been changed by the qualitative one. If earlier businessmen associated the richness of the organization with the possession of a material component in the organization (material resources, raw materials, number of workers, etc.), now they understand that the richness of the organization is defined by the quality of human resources, their intellectual and more than that a creative component.

The authors of the article think that the investments into the development of intellectual and creative components gradually become the norm of business. Intellectual and creative activity in practice is shown in the formation of new knowledge, creation of innovative products, technologies, models, original ideas. According to it the authors note, there is a need not only for creation of special conditions of work organization of creative persons, but also for formation and increasing of personal intellectual and creative resources.

Such an approach assumes that not simply intellectual component of the organization including the mediated possession of a certain knowledge, but the abilities of the personnel to their reproduction and realization in practice, i.e. the possessing of specific competences is of special value. On the basis of the analysis of economical and administrative literature key competences of the personnel from a position of creative economy reveal and also the questions of management of formation and development of personnel intellectual and creative activity are raised.

Keywords: intelligence; creativity; creative economy; staff; management; development; operation.

REFERENCES

1. Berezhnov G.V. Kreativnaya deyatel'nost' predpriyatiya kak osnova dlya izvlecheniya pribyli iz intellektual'nogo kapitala kreativnaya ekonomika, №1, 2007, S. 69-75.
2. Vittsel' M. Korporatsiya znaniya // Informatsionnye tekhnologii v biznese. – SPb.: Piter, 2002.
3. Gorelov N.A. Kreativnyy menedzhment (menedzhment intellektual'no-kreativnoy deyatel'nosti) // Kreativnaya ekonomika, 2008, №5. S. 41-44.
4. Gorelov N.A., Litun O.N. Kreativnyy menedzhment. Menedzhment intellektual'no-kreativnoy deyatel'nosti // Kreativnaya ekonomika, 2008, №10. S. 93-98.
5. Druker P.F. Zadachi v menedzhmente v KhKhI veke. – M.: Vil'yams, 2003.
6. Mel'nikov O.N. Tvorcheskaya (sozidatel'naya) energiya cheloveka kak osnovnoy istochnik formirovaniya ekonomicheskikh i sotsial'nykh otnosheniy v obshchestve // Kreativnaya ekonomika. – 2007. – №1. – S. 11-18.
7. Sineva N.L. Printsipy kreativnogo menedzhmenta // Innovatsionnye tekhnologii upravleniya Vserossiyskaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya. 2014. S. 33-35.
8. Khemel G., Prakhlad K. Konkuriруя za budushchee. M.: OlimpBiznes, 2002, S. 216.
9. Yakubov M.R. Kreativnyy menedzhment: prakticheskiy aspekt // Kreativnaya ekonomika, 2010, №11. S. 19-24.
10. Yashkova E.V. Sovremennye problemy obucheniya i razvitiya personala v sfere turindustrii // Industriya turizma i servisa: sostoyanie, problemy, effektivnost', innovatsii. Nizhniy Novgorod, 2014. S. 136-141.