

КОТОВА

УДК 331.1

Марина Володимирівна
marinako@i.ua

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ КАК
ОСНОВА СОВРЕМЕННОГО ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

THE PROCESS OF CREATIVE THINKING FORMATION AS THE BASIS OF
MODERN EFFICIENT MANAGEMENT

к.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет

В статье рассматривается понятие и уровни креативности, этапы креативного мышления. Необходимость креативно мыслить возникает на стадии определения принципа решения задачи с последующим возникновением ключевой идеи. Креативные подходы помогают научиться находить оптимальные решения в условиях недостаточной стабильности и неопределенности социально-экономической жизни. Предложено данные подходы «встраивать» в процесс генерации креативных идей.

The article describes the concept and levels of creativity, stages of creative thinking. The need for creative thinking occurs at the stage of determining the approach to the problem, followed by the appearance of the key ideas. Creative approaches will help to learn how to find the optimal solution in case of insufficient stability and uncertainty of social and economic life. These approaches is proposed to be embed in the process of generating creative ideas.

Ключевые слова: креативность, креативное мышление, управление, подходы, креативные идеи

Keywords: creativity, creative thinking, management, approaches, creative ideas

ВВЕДЕНИЕ

Управление предприятием в условиях кризиса возможно в условиях формирования креативных идей с последующей их реализацией, что позволяет достигнуть большей эффективности и результативности деятельности субъекта предпринимательства. Формирование человека креативного типа предполагает освоение принципиально новых подходов к мышлению.

Формированию креативного мышления менеджеров, креативного персонала на предприятиях посвящены работы отечественных и зарубежных ученых, в частности: Ванюрихина Г.И., Гилфорда Дж., Кузьмина О.Е., Торранса Е.П. При этом, остается недостаточно освещенным остается круг вопросов, связанных с развитием креативного мышления работников предприятий.

ЦЕЛЬ РАБОТЫ усовершенствование подходов к формированию креативного мышления персонала с последующим созданием эффективных команд.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретической основой исследования стали работы ведущих отечественных и зарубежных ученых-экономистов, в которых рассмотрены современные подходы к процессу создания креативных команд. При проведении исследования использованы методы анализа, синтеза, сравнения. Для формирования выводов применен метод логического обобщения результатов.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Современное значение креативности подразумевает не только предложение идей, а и доведение их

до конкретного практического результата. Креативное мышление предполагает активизацию креативности в процессе решения существующих проблем и поиска новых возможностей.

В рамках субъекта предпринимательства – предприятий и организаций необходимо учитывать и согласовываться три уровня креативности: личностный, групповой и организационных.

Содействие со стороны руководства в становлении и функционировании команд, включающих креативный персонал может выражаться в выборе координатора, создании инфраструктуры сообщества (например, информационной среды взаимодействия, проектных зон), в привлечении новых членов путем распространения информации об интересах, приоритетах и намечающихся действиях, во взаимодействии с членами команд и оценке результатов.

В ходе принятия решения необходимо учесть все существенные мнения и позиции, имеющиеся на предприятии. На суд креативных команд необходимо представить такие характеристики проверяемого решения, как: степень его новизны, его схожесть с ранее принятыми решениями; цель принятия решения, его значение для предприятия с точки зрения затрат и результатов; сроки принятия и реализации решения; ответственную структуру; длительность влияния решения на организацию и степень его секретности [1]. Исследования показывают, что все субъекты управления владеют определенными задатками креативности, целенаправленный влияние на их развитие методами менеджмента позволяет активизировать креативную деятельность персонала. При этом следует учитывать

потребности и уровень интеллекта, психотип индивидуума, характер взаимоотношений с коллегами, эмоционально-психологическое состояние.

В данных условиях важную роль в решении нестандартных, сложных задач играют подходы в поиске новых идей, которые можно разделить на линейные и нелинейные. Нелинейные подходы предполагают персональную работу, с использованием интуиции и подсознание, медитацию, символические и воображаемые аналогии. Линейные подходы, ориентированные на внешнюю и внутреннюю среду, используют как для персональной так и для командной работы.

Линейные методы генерации идей и поиска решений, разделяют на три класса: эвристические, функционально-структурные исследования объектов, комбинированные алгоритмические.

Эвристические методы основаны на принципе случайного поиска, среди которых наиболее популярны всевозможные разновидности мозгового штурма, метод фокальных объектов, синектика, метод вопросов. Основная идея мозгового штурма – коллективный поиск идей, как правило в течение 1,5 часа группа генерирует около сотни идей. Главным условием проведения мозгового штурма - разделение процесса формирования и критики идей во времени. Метод фокальных объектов предполагает поиск новых идей путем присоединения к заданной продукции (услуг) свойств или признаков случайных объектов. Метод вопросов, базируется на ответы на перечень вопросов, которые могут натолкнуть на интересную идею о создании или модификации объекта. Синектический метод на практике предполагает присутствие менеджера-инструктора, который выполняет роль «потребителя», выдвигает проблему, объясняет ее суть, креативный персонал предприятия после непродолжительной совместного совещания предлагает вариант решения проблемы. Предложения выдвигаются, пока не будет найдено приемлемое решение. Следует отметить, что эвристические методы не предназначены для решения сложных задач, требующих проведения маркетинговых исследований, специальных знаний по техническим, технологическим характеристикам продукта.

Функционально-структурное исследование объектов хотя содержит меньше возможностей для творчества, но охватывает опыт экспертов, позволяет систематизировать поиск и формализовать идеи, в частности, включает метод написания сценариев, метод Дельфи, метод дерева целей, метод морфологического анализа сложных проблем. Составление сценария решения проблем позволяет в деталях и во времени отслеживать последовательность действий, которые должны быть выполнены, помогает выяснить и учесть критические и узловые моменты, которые могут возникнуть в процессе принятия решения. В функции специалистов при выполнении сценарию относятся: консультационная помощь ведущим специалистам и руководителям предприятия, определение закономерностей работы системы, анализ внешних и

внутренних факторов, создание информационной базы [2].

Популярным методом экспертной оценки является метод «Дельфи», предусматривающий первоначальное вынесения экспертами своих суждений с последующим многоэтапным их корректировкой на базе ознакомления каждого эксперта с другими экспертными оценками до тех пор, пока вариативная величина разброса оценок не будет находиться в рамках установленного интервала. Основная идея построения «дерева целей» – структуризация целей с вертикальной и горизонтальной координацией. Горизонтальная координация обеспечивает эффективное использование производственного потенциала, вертикальная используется для согласования направлений деятельности с учетом конкурентных преимуществ. Метод морфологического анализа базируется на систематическом поиске наибольшего числа возможных вариантов решения поставленной проблемы путем комбинирования основных структурных элементов. При этом проблема может разбиваться на части разными способами и рассматриваться в различных аспектах. Класс комбинированных алгоритмических методов является системным и целенаправленным, основывается на стратегии логического поиска.

Применение различных подходов к формированию креативных идей зависит от сложности решаемой задачи. При этом данные подходы целесообразно «встраивать» в процесс генерации креативных идей.

Таким образом, процесс мышления целью которого является генерация креативных идей можно представить в виде этапов.

1. Возникновение проблемной ситуации и осознания ее индивидуумом.
2. Представление проблемы в виде задачи.
3. Анализ задачи (изучение задачи, сбор, классификация и анализ информации, прогнозирование).
4. Определение способов решения задачи, поиск ключевой идеи с использованием линейных и нелинейных подходов.
5. Принятие и конкретизация решения с его последующей реализацией и верификацией.

В настоящее время креативность становится основным источником экономической ценности. Интеллектуальная собственность приходит на смену таким ресурсам, как земля, рабочая сила, капитал в качестве наиболее ценного экономического ресурса.

ВЫВОДЫ

Западные и японские предприятия широко применяют в своей практике методы креативного менеджмента, который стал в настоящее время одним из важнейших факторов быстрого инновационного развития стран, регионов, отраслей и предприятий. Это говорит о необходимости применения и развития методов креативного мышления для повышения эффективности и ускорения инновационного развития в различных сферах и на различных уровнях экономики и общества. Необходимо обучать методам креативного менеджмента и креативного мышления студентов и специалистов, а также формировать у

детей в средней школе и дошкольных учреждениях креативное мышление, которое предполагает способность путем синтеза разнородных элементов формировать новые значимые формы.

Список використаних джерел

1. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие

общества / В.А. Журавлев // Креативная экономика. – 2008. – № 5 (17). – С. 51–55.

2. Кузьмін О.Є., Чушак-Голобородько А.М. Теоретичні та методичні положення з формування системи мотивування суб'єктів креативної діяльності на промислових підприємствах / О.Є. Кузьмін, А.М. Чушак-Голобородько // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2012. – № 3. – С. 99–110.