

Список літератури:

1. Гальків Л.І. / Втрати людського капіталу України: чинник безробіття // Економіка і регіони. – 2009. – №2. – с. 110-113.
2. Федоренко В.Г. / Ринок праці в Україні та економічні тенденції в умовах світової економічної кризи // Економіка та держава. – 2009. – №1. –с. 4-5.
3. Безробітне населення (за методологією МОП) за причинами зайнятості (2000-2013 рр.) / Головне управління статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. – Загол. з екрану.

ВИЗНАЧЕННЯ КРЕАТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Нечепуренко М.О., бакалавр

Науковий керівник: к.е.н., доцент Черкавська Т. М.

На протязі всієї історії людства найбільш високо цінувалися люди, які виділялися з основної маси своїм творчим підходом, якоюсь особливою рисою, яка робила їх не такими як усі. У сучасному світі характер та мислення таких людей можна охарактеризувати одним словом – креативність. Якщо розглядати креативність у розрізі підприємницької діяльності, можна стверджувати, що у умовах ринкової економіки і вільної конкуренції винайдення нового продукту, нового підходу, нового способу мислення – це все те, що необхідно кожному підприємству для того, щоб успішно існувати і розвиватися. З цього можна зробити висновок, що вивчення творчої активності відіграє значущу роль в умовах ведення бізнесу. Але постає питання, як саме проаналізувати креативність мислення працівника? Як визначити ступінь креативності? Який з працівників більш креативний? Тому питання саме визначення креативності є дуже актуальним і необхідним для дослідження.

Креативність – (лат. creatio – створення) здатність до висування та реалізації принципово нових ідей, які відрізняються від традиційних схем мислення; вміння робити що-небудь по-новому, оригінально, відмовившись від стереотипних способів мислення.

Поняття креативність фіксує сукупність тих особливостей психіки, які забезпечують продуктивні перетворення в діяльності особистості, розвиваючись, з'єднуючись з її провідними мотивами і виявляючись як здатність до продуктивних змін. Креативні ідеї розробляються у такій послідовності:

- 1) виникнення нестандартної ситуації, яка потребує креативного рішення: виникнення проблеми, діагноз проблеми, формування вимог до інформації;
- 2) вивчення проблеми: проведення дослідження, збір інформації, встановлення чітких критеріїв, які повинна задовольняти креативна ідея;
- 3) розробка і вибір креативної ідеї: відмова від стереотипного способу мислення, генерування ідей, акумулювання ідей і їх критичний аналіз, логічне обґрунтування ідеї, визначення реальності ідеї серед інших можливостей;

4) планування нововведення: обговорення креативної ідеї, затвердження ідеї, оформлення і видача розпорядження про її впровадження, визначення ролі кожного виконавця у загальній системі впровадження;

5) впровадження креативної ідеї: впровадження креативної ідеї, контроль за впровадженням креативної ідеї та оцінка її ефективності, регулярний аналіз досягнутих успіхів.

Креативність є властивістю, що актуалізується лише тоді, коли це дозволяє оточуюче середовище. Цю властивість можна розглядати як властивість, що формується за принципом: «якщо..., то...». Середовище, в якому креативність могла б актуалізуватися, має високий ступінь невизначеності і потенційної багатоваріативності (багатство можливостей). Невизначеність стимулює пошук власних орієнтирів, багатоваріантність забезпечує можливість їх накопичення.

До зовнішніх чинників, що впливають на креативний процес, належать: соціально-психологічний клімат, мотивування особистості, створення робочих груп для прояву ініціативи,

Креативний процес має свої фази:

1) рецесія (спад). Втрата інтересу до роботи, низький рівень мотивації породжують зниження рівня креативності серед працівників. Ця фаза характеризується здатністю до продуктивного породження несподіваних ідей, не переймаючись можливостями їх доцільності;

2) депресія (дно). Відсутність організаційної підтримки, страх критики виказаних нестандартних думок, переживання невдач породжує незадоволення умовами праці і призводить до небажання працівників мислити креативно і пропонувати неординарні рішення. Ця фаза характеризується стандартністю і шаблонністю щодо генерування ідей;

3) пожвавлення. Виникнення спрямованого інтересу і готовності до створення та дослідницької реалізації принципово нових і незвичайних ідей. Ця фаза характеризується загостреною реакцією на виникаючі суперечності самооцінки і об'єктивних результатів діяльності та є важливим стимулом для породження креативних ідей;

4) пік. Легкість і швидкість генерування оригінальних, неповторних, продуманих та деталізованих нестандартних ідей, підпорядкованість творчості духовній мотивації, стійкий інтерес до певної роботи.

Креативність персоналу – це вид трудової активності, пов'язаний з інноваційною діяльністю підприємства, що характеризує залученість працівників в інноваційний процес (створення нової продукції, технології, методів та інше). Проводячи аналіз роботи багатьох авторів з оцінки інтелектуальних людських ресурсів підприємства можливо зробити узагальнення показників креативності персоналу:

1. Швидкість – кількість ідей, які людина здатна продукувати за одиницю часу.

2. Оригінальність – рідкісність ідей, міра відмінності людей від загальноприйнятих стандартів.

3. Гнучкість – легкість переходу від однієї ідеї до іншої.
4. Сприйнятливість – чутливість до деталей, нюансів, парадоксів.
5. Метафоричність – здатність переносити властивості одного предмета на інший, на основі ознаки, спільної для обох предметів.
6. Мобільність – здатність до сприйняття інформації, навчання, перепідготовки, адаптацію до нових умов.
7. Бажання використовувати свої якості найкращим чином.
8. Ініціатива

На основі дослідження, яке було проведене Павелківим Р.В. можна зробити висновок, що серед груп опитуваних з низьким та середнім рівнем IQ показники креативності були відповідно низькими на середніми. Це свідчить про те, що креативність напряду залежить від розумових здібностей людини. Можна зробити висновок, що для успішної і дієвої роботи підприємства, необхідний кваліфікаційних персонал з високим рівнем IQ і відповідно до нього виском рівнем креативності, адже в умовах ринкової економіка, ринкова новизна, тобто креативність відіграють чи не найважливішу роль. Креативність працівників можна визначати за допомогою різноманітних тестів у балах по позиціям : швидкість, оригінальність, гнучкість, сприйнятливість, метафоричність, мобільність, Бажання використовувати свої якості найкращим чином та ініціатива.

Список літератури

1. Станислав Р.О. Психодіагностика креативности / Р.О. Станислав. – Киев. 2011 – 116 с.
2. Ніколенко К.В. Соціокультурне перетворення сучасного суспільства в контексті креативності / К.В. Ніколенко // Збірник наукових праць Гілея: Науковий вісник, 2011.–56 с.
3. Ануфриева Н.М., Зелінська Т.Н., Зелінський Н.Е. Соціальна психологія. Курс лекцій. - перераб. и доп. - К.: МАУП, 2000. – 114 с.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Одинцова К.І, аспірантка
Науковий керівник: д.е.н., професор Вагонова О.Г.

Актуальність досліджень в області інноваційної діяльності визначається тим, що в даний час інновації визнаються ключовим чинником економічного зростання, особливо коли українська економіка прагне до гідного й органічного входження у світове співтовариство.

Створення нових знань і технологій та їх використання на користь соціально-економічного розвитку держави визначають роль і місце країни в світовій спільноті та рівень забезпечення національної безпеки. У розвинених країнах 80 - 95% приросту валового внутрішнього продукту припадає на частку