

Гудзь О.Є., д.е.н., професор  
Фабричева Т.Є., магістр  
Державний університет телекомунікацій

## РОЗВИТОК ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

*В статті розглянуто теоретико-методичні аспекти використання творчого підходу до управлінської діяльності, розкривається необхідність використання методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств. Розглядається сутність та основні механізми творчості, творчий працівник та шляхи його формування, здійснюється характеристика методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств, викладені пропозиції щодо напрямів удосконалення методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств, зокрема висвітлюються засоби створення креативного середовища на підприємстві.*

**Ключові слова:** творчий потенціал, телекомунікаційні підприємства, працівники, розвиток творчого потенціалу, методи активізації творчого потенціалу.

**Постановка проблеми.** У період трансформаційних перетворень економіки вектор Європейського вибору України нагально вимагає наближення рівня продуктивності праці, заробітної плати і доходів працівників до рівня розвинутих країн шляхом створення відповідних умов для активізації їх творчого потенціалу. Реалії сучасної економіки України акцентують увагу науковців і практиків на необхідності ефективного використання методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств. Особливої значимості набуває управління кадрами, які є людським фактором розвитку виробництва. В результаті поступово стала формуватися нова система управління людськими ресурсами, що ґрунтується на активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств. Але слід визнати той факт, що які б не були чудові ідеї, новітні технології, найсправедливіші зовнішні умови, якщо на підприємстві не використовуються методи активізації творчого потенціалу у працівників, високоефективної роботи домогтися неможливо. Особливої актуальності, у зв'язку з цим, набуває пошук та реалізація резервів підвищення продуктивності праці персоналу підприємства на основі використання різноманітних методів активізації їх творчого потенціалу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** На сучасному етапі важливу роль для розвитку науки у сфері активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств відіграють дослідження таких вчених, як: О. Амоші, В. Андріанова, С. Аптекаря, Б. Буркинського, І. Герчикової, І. Зеліско, С. Єрохіна, Ю. Іванова, А. Кредисова, І. Лукінова, Д. Лук'яненко, В. Мамутова, В. Оберемчука, Ю. Пахомова, В. Павленка, С. Сазонової, А. Сороки, П. Стецюка, Т. Халімон, М. Якубовського, С. Ярошенка та ін.

**Метою статті** є розробка пропозицій щодо напрямів удосконалення методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств, зокрема засобів створення креативного середовища на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу.** Творчість у широкому розумінні – це пошук чогось нового, невідомого, чого люди не знали раніше. Але яким же чином ми можемо шукати те, чого не знаємо? Коли ж знаємо, що шукати, то як ми можемо знайти щось нове, чого не знаємо? Відповідь на ці запитання не може бути однозначною. Звичайно, для прояву творчої праці треба мати творчі здібності, які можуть бути або природними, або набутими в процесі

життєдіяльності. Питання про міру зумовленості творчих здібностей має багатовікову історію. Структура творчої діяльності складається з об'єкта, суб'єкта, методів творчості. Як об'єкт (предмет) творчої діяльності може виступати наука, техніка, природа, мистецтво, людина, суспільство, економіка тощо. Суб'єктом творчості може бути індивід, колектив, етнічна, професійна, соціальна групи, людство, інтегральний інтелект тощо.

Палітра визначень творчого потенціалу, з одного боку, не дуже багата, а з іншого, як це зазвичай буває у науці, – різнопланова, а часом характеризується не тільки туманністю, а й суцільними суперечностями. Не вдаючись до розгорнутого аналізу, зупинимося на деяких важливих питаннях.

В етимологічному плані під потенціалом розуміють можливість здійснювати щось (фізичний потенціал – запас фізичних сил; електричний потенціал – загальний енергетичний потенціал та ін.). У цьому відношенні, мабуть, немає потреби дискутувати з приводу того, що у найпростішому, найкоротшому варіанті можна говорити про творчий потенціал як про ресурс творчих можливостей людини, здатність конкретної людини до здійснення творчих дій, творчої діяльності в цілому. Таку точку зору поділяють Л. Московичева та Г. Піхтовщиков, визначаючи, що розвиток творчого потенціалу представляє собою поєднання можливостей, вмінь, навичок. На думку І. Львової ці якості притаманні особистості, що постійно розвивається, й найбільш яскраво розкриваються при різних проявах емоційної сфери людини. Т. Глотова дає ширше визначення творчому потенціалу, розуміючи під ним потенційну креативність, яка ще повністю не виявлена та не актуалізована. К. Гуськова погоджується з даним визначенням, зазначаючи, що творчий потенціал базується на вроджених задатках та здібностях, безпосередньо залежить від особливостей творчого мислення людини [4, с. 123]. Схожою є точка зору П. Кравчука, який згоден, що творчий потенціал складається з різних властивостей особистості, проявляється через творчу силу й виявляється у потенційних можливостях до саморозвитку [4, с. 127]. На зв'язку між інтелектом та творчістю акцентує О. Кульчицька. На її думку, творча особистість характеризується інтересом, творчою захопленістю, самостійністю, прагненням до високої якості, байдужістю до матеріальних цінностей [5, с. 128]. Розглянувши та проаналізувавши різні концепції творчості, спираючись на ідеї Л. Когана [4, с. 147], можна виокремити внутрішній і зовнішній аспекти творчості. Зовнішній аспект виявляється у збагаченні культури, створенні цінностей; на перший план виходить творчий продукт. Внутрішній аспект творчості проявляється у реалізації здібностей, талантів, саморозвитку працівника. Цей процес відбувається у творчій діяльності, його результатом є зміна й розвиток працівника. При цьому зосередженість на здібностях та самореалізації звужують поняття «творчий потенціал» до схожих термінів „здібності”, „задатки”, „обдарованість”. Тож, розгляд даного питання потребує врахування всіх аспектів. В. Моляк, розуміє під творчим потенціалом здібність до творчості, „ресурс творчих можливостей людини, здатність конкретної людини до здійснення творчих дій, творчої діяльності” [3, с. 120].

Загальна структура творчого потенціалу, може визначатися такими основними складовими: задатки, нахили; інтереси, їх спрямованість, частота й систематичність проявів; допитливість, потяг до створення нового, до пошуку й розв'язання проблем; швидкість у засвоєнні нової інформації; схильність до постійних порівнянь; прояви загального інтелекту – розуміння, швидкість оцінювань та вибору шляхів розв'язку, адекватність дій; емоційне ставлення; наполегливість, систематичність у роботі, цілеспрямованість, рішучість, працелюбність, сміливе прийняття рішень; творча спрямованість на пошуки аналогій, комбінування, реконструювання змін варіантів; інтуїтивізм – здатність до неусвідомлюваних швидких прогнозів, рішень; зрівняно швидке та якісне оволодіння вміннями, навичками, прийомами, технікою праці, майстерністю виконання; здібності до реалізації власних стратегій і тактик при розв'язанні різних проблем.

Стрімке розширення інформаційно-комунікаційних технологій, динаміка змін в усіх сферах телекомунікаційних підприємств потребує працівників нового рівня. Ринком праці висуваються високі вимоги до сучасного працівника: відповідальність, працелюбність,

високий рівень інтелекту, уміння відшукувати, аналізувати і використовувати інформацію, здібність до творчої, самостійної роботи, підвищення зацікавленості в праці тощо. Інтелектуалізація діяльності телекомунікаційних підприємств збільшує залежність їх результатів від рівня творчого розвитку його працівників. Сьогодні розвиток телекомунікаційного підприємства та його конкурентна позиція на ринку, передусім, залежить від професіоналізму людей, які на ньому працюють. Тому роботодавці мають створити працівникам креативне середовище. До стимулюючих умов творчості багато вчених відносять створення сприятливого креативного клімату в колективі.

Креативні люди – ті, які не бачать кордонів та умовностей. Таким повинний бути і їх простір. Умови, які сприяють реалізації творчого потенціалу працівників: відчуття причетності до справ підприємства (лояльність); реальне виробниче самоуправління життям колективу; осмислення кожним працівником своєї ролі у спільній творчості; плановий характер креативного розвитку, принцип командності в роботі і в управлінні; традиції розвитку і заохочення творчості.

Варто звернути увагу на деякі способи, за допомогою яких формується креативне сприятливе середовище. До них відносяться:

Розробка і впровадження гнучких схем винагород та визнання, що базуються на задоволенні пристрасті окремих людей, а не їхніх потреб.

Спрощення складних процедур і правил для того, щоб дати лідерам і керівникам більше свободи при прийнятті рішень. На практиці це може означати проведення реінжинірингу, який дозволить скоротити регламентацію праці телекомунікаційного підприємства на 50%.

Запровадження правила, згідно з яким жодна ідея не підлягає реалізації до тих пір, поки не буде запропоновано та оцінено, як мінімум, 20 її альтернатив.

Навчання працівників працювати в умовах високого рівня невизначеності, що дозволить їм „відчути смак” нових викликів і нових завдань.

Створення зон стабільності за умов безперервних змін, своєрідних оазисів, де працівники зможуть відновлювати сили і набувати нових навичок та вмій. Це сприятиме їхній впевненості у своїх силах і бажанню до змін. Прикладами таких зон стабільності можуть стати навчання і розвиток, а також кар’єрний коучинг. При цьому, ці процеси – додаткова можливість для працівників наповнитися новими ідеями, які сприятимуть стратегічним змінам.

Використання бенчмаркінгу для імпорту інших точок зору в підприємство і допомога працівникам адаптувати ідеї, запозичені в зовнішньому середовищі, до конкретних умов.

Управління парадоксами, а не намагання все привести до спільного знаменника та зрівняти умови, щоб ставлення до всіх працівників стало однаковим.

Залучення до роботи у відділі управління персоналом людей з досвідом роботи в креативному середовищі.

Менеджер повинен діяти як „креативна інквізиція”, звертаючи увагу анти креативних людей на їх поведінку та її вплив на інших.

Висновки. В статті розглянуто теоретико-методичні аспекти використання творчого підходу до управлінської діяльності, розкривається необхідність використання методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств. Викладені пропозиції щодо напрямів удосконалення методів активізації творчого потенціалу працівників телекомунікаційних підприємств, зокрема наголошено, що інтелектуалізація діяльності телекомунікаційних підприємств збільшує залежність їх результатів від рівня творчого розвитку його працівників. Сьогодні розвиток телекомунікаційного підприємства та його конкурентна позиція на ринку, передусім, залежить від професіоналізму людей, які на ньому працюють. Тому роботодавці мають створити працівникам креативне середовище.

### Список використаної літератури

1. Гудзь О.Є. Інноваційне підприємництво: навч. посіб. Київ: Планета людей, 2018. 187 с.

2. Мала Н.Т. Креативність як складова ефективного управління. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 704. С. 18-23.
3. Моляко В. О. Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень. Житомир: Рута, 2006. 320 с.
4. Роменець В. А. Психологія творчості: навч. посіб. Київ: Либідь, 2001. 288 с.
5. Яковлева Е. Л. Психологія розвитку творческого потенціала личности. Київ, 1997. 224 с.

## REFERENCES

1. Gudz O.E. (2018) Innovaciyne pidpryemnyctvo [Innovation enterpriseship]. Kyiv: Planet of himan.
2. Mala N.T. (2011) Kreatyvnist yak skladova efektyvnogo upravlinnya [Creativity as constituent of effective management]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*, (704), 18-23.
3. Moljako V. O. (2006) Zdibnosti, tvorchistj, obdarovanistj: teoriya, metodyka, rezuljtaty doslidzhenj [Abilities, creativity, talent: theory, methods, research results]. Zhytomyr: Ruta.
4. Romenecj V. A. (2001) Psykholohhija tvorhosti [Psychology of creativity]. Kyiv: Lybidj.
5. Yakovleva Ye. L. (1997) Psikhologiya razvitiya tvorcheskogo potentsiala lichnosti [Psychology of development of creative potential of the person]. Kyiv.

**ГУДЗЬ ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА, ФАБРИЧЕВА ТАТЬЯНА ЕВГЕНЬЕВНА. РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.** В статье рассмотрены теоретико-методические аспекты использования творческого подхода к управленческой деятельности, раскрывается необходимость использования методов активизации творческого потенциала работников телекоммуникационных предприятий. Рассматривается сущность и основные механизмы творчества, творческий работник и пути его формирования, осуществляется характеристика методов активизации творческого потенциала работников телекоммуникационных предприятий, изложенные предложения по направлениям совершенствования методов активизации творческого потенциала работников телекоммуникационных предприятий, в частности освещаются средства создания креативной среды на предприятии.

**Ключевые слова:** творческий потенциал, телекоммуникационные предприятия, работники, развитие творческого потенциала, методы активизации творческого потенциала, креативная среда.

**GUDZ OLENA., FABRYCHEVA TETYANA. DEVELOPMENT OF CREATIVE POTENTIAL OF ENTERPRISE EMPLOYEES.** The article considers the theoretical and methodological aspects of using a creative approach to management, reveals the need to use methods to enhance the creative potential of employees of telecommunications enterprises. The essence and basic mechanisms of creativity, creative worker and ways of its formation are considered, the characteristic of methods of activation of creative potential of employees of telecommunication enterprises is carried out, the offers concerning directions of improvement of methods of activation of creative potential of telecommunication enterprises are stated.

**Keywords:** creative potential, telecommunication enterprises, employees, development of creative potential, methods of activation of creative potential, creative environment.