

## СТРУКТУРА КРЕАТИВНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ

### THE STRUCTURE OF CREATIVITY AND ECONOMIC ASPECTS OF ITS FORMATION

*У статті визначено структурні елементи креативності як провідної компетентності персоналу підприємства. Досліджено наявні підходи до формування креативності. Визначено особливості економічної оцінки заходів з її формування. Запропоновано підхід до оптимізації витрат на формування креативної компетентності. Результати дослідження можуть бути використані для оптимізації планування розвитку персоналу.*

**Ключові слова:** креативність, компетентність, формування компетентності, економічна ефективність заходів з навчання, оптимізація витрат.

*В статье определены структурные элементы креативности как ведущей компетентности персонала предприятия. Исследованы существующие подходы к формированию креативности. Определены особенности экономической оценки мероприятий по ее формированию. Предложен*

*подход к оптимизации расходов на формирование креативной компетентности. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации планирования развития персонала.*

**Ключевые слова:** креативность, компетентность, формирование компетентности, экономическая эффективность мероприятий по обучению, оптимизация затрат.

*The article considers the structural elements of creativity as the leading competence of the enterprise personnel. Existing approaches to the formation of creativity are investigated. Economic features of its formation are determined. Approach to optimization of expenses for the formation of creative competence is offered. Research results can be used to optimize staff development planning.*

**Key words:** creativity, competence, competence formation, economic efficiency of educational activities, cost optimization.

УДК 658.5

**Ушкальов В.В.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економіки  
підприємства та менеджменту  
Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця

**Постановка проблеми.** Зростаюча невизначеність зовнішнього середовища, геополітичні зміни, зростання кількості інформації та постійне ускладнення соціально-економічних процесів разом зі швидким розвитком технологій обумовлюють необхідність радикальних змін в усій системі світового господарювання, зокрема в розумінні ролі людини в процесах суспільного виробництва. Всесвітній економічний форум 2016 року у своєму звіті "The Future of Jobs" визначив основні компетентності, що мають стати в найближчому майбутньому основою подальшого економічного розвитку [1]. В умовах суспільства споживання, характерною особливістю якого є дефіцит на інновації, однією з провідних компетентностей визначено креативність.

Будучи комплексним особистісним утворенням, що визначає можливості людини до створення нового, креативність є явищем, яке вже тривалий час перебуває у фокусі уваги вчених різних галузей науки. Проте економічні аспекти формування цієї компетентності залишаються недостатньо дослідженими та потребують подальшого з'ясування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню креативності присвячена значна кількість робіт як в межах психології, так і в інших соціальних науках. Теоретичні уявлення про креативність як сукупність властивостей мислення людини з часів Д. Гілфорда та Е. Торренса [2] зазнали значних змін та трансформацій, а саме предметом досліджень стали креативний процес, креативний продукт, креативна особистість та креативне середовище [3]. В межах кожного

з напрямів дослідження визначено фактори, що обумовлюють появу та розвиток креативності. Значна кількість досліджень присвячена інструментальному забезпеченню креативності [4; 5]. Втім, незважаючи на кількість накопичених знань щодо проявів та властивостей креативності, існує суттєва нестача досліджень формування креативної компетентності, зокрема нестача підходів до визначення економічних аспектів її формування.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є уточнення структури креативної компетентності, а на цій основі – визначення економічної доцільності заходів щодо її формування та розвитку шляхом побудови економіко-математичної моделі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Наявні в психології та соціальних науках підходи до розуміння креативності базуються на розумінні її як особистісної якості, здібності або інтегральної особистісної якості, що характеризує творчі здібності людини [6]. Ця здібність визначає можливість людини щодо отримання оригінальних нових результатів чи прийняття нестандартних рішень.

Розуміння креативності як особистісної властивості чи здібності, втім, є дуже обмеженим, що не дає можливості визначити усі прояви та чинники цього багатоаспектного явища. П. Торренс запропонував більш гнучкий підхід до аналізу креативності, зробивши предметом дослідження креативності не тільки особисті якості, але й сам креативний процес. На його думку, креативний процес містить цілу низку когнітивно-емоційних дій, таких як відчуття труднощів та проблем, виявлення прогалин та протиріч в інформації, формулювання гіпотез, перевірка гіпотез, узагальнення

результатів [2]. Визначення цих елементів когнітивної діяльності дає змогу говорити про можливість щодо цілеспрямованого формування креативності, проте взаємозв'язки елементів та їх вага в структурі креативності та досягненні креативних результатів залишаються невизначеними.

Дж.Л. Адамс поділяє креативність на первинну та вторинну. При цьому первинна креативність розуміється як здатність генерувати ідеї шляхом імпровізації, творчого осяяння, а вторинна – творча здатність, за якої відкриття здійснюються шляхом логіки на основі аналізу та дослідження вже відомих даних [5]. Подібний підхід дає змогу розрізняти несвідомі та свідомі креативні дії, а на основі останніх можна технологізувати процес креативної творчості. Пошуку ефективних технік та інструментів приділена значна увага дослідників у сфері креативності. Втім, ідея формалізувати творчість залишилась реалізованою неповною мірою, адже кількість відкритих креативних інструментів є вражаючою, проте універсальних інструментів креативності не знайдено [4]. Незважаючи на це, формування певних принципів та підходів на тлі досконалого знання можливостей креативних інструментів дає змогу, на думку Е. Боно, вирішити будь-яку творчу задачу. Оволодіння ж інструментами та принципами організації когнітивних процесів, що спроможні призвести до нових ефективних та нетривіальних рішень, актуалізує пошук можливостей щодо формалізації процесу навчання креативності та формування креативної компетентності.

Розглядати креативність як здібність, що дає змогу особистості діяти результативно та творчо, мобілізуючи та актуалізуючи знання в ситуації невизначеності для вирішення творчих завдань, пропонує А.В. Хуторський [5]. Таке розуміння креативної компетентності визначає контекст її застосування, надає певні можливості для оцінювання рівня компетентності та зводить увесь процес формування компетентності до розвитку задатків та здібностей. Однак такий підхід містить значну долю невизначеності та відсутності технологічності в аспекті формування компетентності, адже внаслідок того, що наявність здібності не є гарантованою умовою отримання результату, а виступає лише передумовою успішного оволодіння певним видом діяльності [6], виникає необхідність додаткової конкретизації умінь, наявність яких давала б змогу реалізувати зазначену здібність та отримувати креативні результати.

Деяко розширене тлумачення змісту креативної компетентності пропонують Д. Ерпенбек та М. Зауер. До її структури вони відносять такі аспекти:

– методичний (техніки вирішення проблеми за допомогою проблемного й абстрактного мислення, риторики, здатності до аналізування тощо);

– процесуальний (методи, принципи, техніки та форми генерування ідей та прийняття рішення, які піддаються впливу й управлінню);

– особистісний (такі якості особистості, як, зокрема, креативність, комунікабельність, мотивація);

– панорамний (умови формування компетентності та взаємодії усіх учасників цього процесу) [8].

Безумовно, за такого розуміння сам процес формування креативної компетентності набуває внутрішньої логіки, що пов'язує формування особистісних утворень з оволодінням технологічним інструментарієм. Втім, виділення в окрему групу особистісних якостей, що мають самостійні механізми формування, залишає цей аспект на тому ж рівні відсутності можливостей щодо інструментального забезпечення цілеспрямованого формування умінь, які б забезпечили гарантовану результативність креативного процесу.

До того ж результативність креативного процесу обумовлюється не тільки внутрішньо особистісними чи процесуальними характеристиками креативного процесу. Проявам креативності, за Дж.Л. Адамсом, можуть заважати певні перепони, до яких він відносить перцептивні блоки, емоційні блоки, культурні блоки, інтелектуальні блоки та блоки самовиразу [5]. Отже, логічно припустити, що необхідним елементом креативної компетентності є уміння, які дають змогу долати зазначені блоки та перепони.

Узагальнюючи наявні підходи та розглядаючи креативність як компетентність особистості в генеруванні нового, до її елементів структури відносимо:

– розуміння проблеми та постановку мети;

– уміння вибирати релевантну інформацію та опрацювати її;

– уміння формувати психологічні творчі стани та керувати ними;

– уміння забезпечувати творчі умови та усувати чинники, що блокують творчість;

– уміння забезпечувати мотивацію до творчості;

– володіння інструментами, техніками та методами генерування ідей;

– уміння оцінювати нові ідеї та приймати рішення, що стосуються вибору найбільш перспективних варіантів.

Формування креативної компетентності можна розглядати як досягнення певного рівня сформованості елементів означеної структури, зміст кожного з яких складає сформованість умінь володіння конкретними методами, технологіями та інструментами, що застосовуються під час пошуку креативного рішення. Оскільки існує значна кількість інструментів, технік та методів, що дають змогу вирішувати завдання за кожним з елементів, а їх ефективність є ситуативною або пов'язаною з індивідуальними особливостями певної конкретної людини, оволодіння усіма зазначеними інстру-

ментами креативності не має практичного сенсу. Раціональним рішенням тоді буде оволодіння лише обмеженим колом певних креативних інструментів, що давали б змогу забезпечити вирішення креативних завдань у певній сфері діяльності чи певному класі типових виробничих ситуацій. Введення такого «еталону» креативної компетентності працівника значно спрощує завдання оцінювання рівня її сформованості, а також полегшує вибір засобів для досягнення її достатнього рівня.

За умови, що формування умінь за елементом зазначеної структури потребує певних визначених витрат на навчання, яке відбувається протягом певного інтервалу часу, загалом забезпечення сформованості креативної компетентності може бути формалізоване як пошук граничного значення (необхідного рівня креативної компетентності персоналу) або мінімуму цільової функції за наявності певного бюджету часу, де змінними виступають елементи структури компетентності, а обмеженнями – час, наявні креативні вміння чи інші ресурси, що фактично становить задачу лінійного програмування з розподілу ресурсів. При цьому вихідними параметрами моделі є:

1)  $n$  – кількість елементів креативної компетентності працівника;

2)  $m$  – кількість елементів креативної компетентності, що необхідно сформулювати;

3)  $a_i$  – висхідний стан сформованості елементу компетентності у працівника за елементом,  $A_i$  ( $i = 1, n$ );

4)  $b_j$  – цільовий стан сформованості елементу компетентності у працівника за елементом,  $B_j$  ( $j = 1, m$ );

5)  $c_{ij}$  – вартість навчання за елементом компетентності  $B_j$ ;

Цільовими параметрами є:

1)  $x_{ij}$  – планові витрати на навчання за елементом  $A_i$  під час досягнення цільового стану  $B_j$ ;

2)  $K(X)$  – загальні витрати на формування креативної компетентності у працівника.

$$K(X) = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m c_{ij} x_{ij} \rightarrow \min. \quad (1)$$

Перелік інструментів, технік та методів, якими повинен володіти працівник за кожним елементом, може різнитися залежно від специфіки діяльності чи можливостей організації, зокрема оволодіння широким колом інструментів збільшує можливості працівника у виборі засобів вирішення завдань на кожному етапі, проте не є головним пріоритетом, оскільки тоді не кількість застосованих інструментів визначає кінцевий результат. Цей перелік може складатися кадровими службами організацій з урахуванням специфіки ситуацій, у яких персонал буде вирішувати творчі завдання. Також на вибір інструментів можуть впливати просторові, часові чи бюджетні можливості організації щодо доступу

до тих або інших інструментів (наприклад, вартість тренінгів щодо управління творчими станами, як правило, є більшою за вартість навчальних заходів з постановки цілей чи прийняття рішень; представленість на ринку навчальних технологій фахівців, що могли б забезпечити достатній рівень управління станами, є значно меншою).

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, застосування структурно-елементного підходу до формування креативної компетентності дає змогу представити формування креативної компетентності як процес формування конкретних умінь за елементами, що в контексті вирішення завдань розвитку персоналу організації дає можливість оптимізації програм навчання за критеріями доцільності й вартості навчання шляхом використання методів лінійного програмування, а також дає змогу спростити оцінку досягнутого рівня креативної компетентності працівника шляхом порівняння з еталонним набором креативних умінь.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. The Future of Jobs: reports. World Economic Forum. URL: <http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/shareable-infographics>.
2. Torrance E.P. The Torrance Test of creative thinking: Technicalnorm manual. III, 1974.
3. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии. Вопросы психологии. 1998. № 4. С. 123–133.
4. Боно Э. Серьезное творческое мышление / пер. с англ. Д.Я. Онацкая. Минск: Попурри, 2005. 416 с.
5. Адамс Дж.Л. Разблокируй свой разум: техника поиска оригинальных решений сложных проблем и генерации гениальных идей / пер. с англ. 4-е изд. Москва: Эксмо, 2008. 352 с.
6. Психологический словарь / под общ. науч. ред. П.С. Гуревича. Москва: ОЛМА Медиа Групп, ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2007. 800 с.
7. Хуторской А.В. Ключевые компетенции: Технологии конструирования. Народное образование. 2003. № 5. С. 55–62.
8. Erpenbeck J., Sauer M. Das Forschungs-und Entwicklungsprogramm "Lernkultur Kompetenzentwicklung". In: Arbeitsgemeinschaft Qualifikations-Entwicklungs-Management (Hrsg.): Kompetenzentwicklung 2000: Lernen im Wandel. Wandel durch Lernen. Münster, 2000.

#### REFERENCES:

1. The Future of Jobs: reports [Electronic resource] // World Economic Forum. – Access mode: <http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/shareable-infographics>.
2. Torrance E.P. The Torrance Test of creative thinking: Technicalnorm manual. III, 1974.
3. Torshyna K.A. (1998) Sovremennyye issledovaniya problemy kreativnosti v zarubezhnoy psikhologii [Modern research on the problem of creativity in foreign psychology] / K. A. Torshina // Voprosy psikhologii. – № 4. – P. 123–133.

4. Bono E. (2005) Ser'yoynoye tvorcheskoye myshleniye [Serious creativity] / E. Bono // Per. s angl. D.Ya. Onatskaya. – Minsk: Popurri.

5. Adams Dzh.L. (2008) Razblokiruy svoy rozum : tekhnika poiska original'nykh resheniy slozhnykh problem i generatsii genial'nykh idey [Unlock your mind: the technique of finding original solutions to complex problems and generating brilliant ideas] / Dzh.L. Adams; per. s angl. – 4-ye izd. – Moskva: Eksmo.

6. Psikhologicheskiy slovar' [Psychological dictionary] (2007) / pod obshch. nauch. red. P.S. Gurevi-

cha. – Moskva: OLMA Media Grupp, OLMA-PRESS Obrazovaniye.

7. Khutorskoy A.V. (2003) Klyuchevyye kompetentsii: Tekhnologii konstruirovaniya [Key Competencies: Design Technologies] / A.V. Khutorskoy // Narodnoye obrazovaniye. – № 5. – P. 55–62.

8. Erpenbeck J., Sauer M. (2000) Das Forschungs- und Entwicklungsprogramm "Lernkultur Kompetenzentwicklung". In: Arbeitsgemeinschaft Qualifikations-Entwicklungs-Management (Hrsg.): Kompetenzentwicklung 2000: Lernen im Wandel. Wandel durch Lernen. Münster.

**Ushkalyov V.V.**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Senior Lecturer at Department Economy of Enterprise and Management  
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

### THE STRUCTURE OF CREATIVITY AND ECONOMIC ASPECTS OF ITS FORMATION

In the society of consumption, the characteristic feature of which is the lack of innovation, one of the leading competencies is creativity. Being a complex personal formation, which determines the ability of a person to create innovation, creativity is a phenomenon that has long been in the focus of attention of scientists of various branches of science. However, the economic aspects of the formation of this competence remain inadequately investigated and require further elucidation.

The study of creativity is of interest for many sciences. There are a large number of research trends in creativity. They determine the factors that determine its appearance and development. A significant amount of research is devoted to the techniques of creativity. However, there is a significant lack of research into the formation of creative competence. There is a shortage of scientific approaches to determining the economic aspects of creativity.

The purpose of the study is to clarify the structure of creative competence and determine the economic feasibility of measures for its formation and development. The structure of competence should be used to construct an economic and mathematical model.

Existing approaches to the understanding of creativity in psychology and social sciences are based on the understanding of it as a personal quality, ability or integral personal qualities that characterizes the creative abilities of a person. However, the effectiveness of the creative process is determined not only by the personal or procedural characteristics of the creative process.

Summarizing the existing approaches and considering creativity as the competence of the individual in generating a new, to its elements of the structure should include:

- 1) understanding the problem and setting the goal;
- 2) the ability to select relevant information and process it;
- 3) the ability to form and manage the psychological arena;
- 4) the ability to provide creative conditions and eliminate factors that block creativity;
- 5) the ability to provide motivation for creativity;
- 6) ownership of the tools, techniques, and methods of generating ideas;
- 7) the ability to evaluate new ideas and make decisions regarding the selection of the most promising options.

Application of a structural-elemental approach to the formation of creative competence can represent the formation of creative competence as a process that forms specific skills in terms of elements. In the context of solving the problems of personnel development of the organization, this provides an opportunity to optimize training programs according to the criteria of expediency. It also allows you to evaluate the cost of training through the use of linear programming methods. It is an easy way to assess the level of creativity of an employee compared to a reference set of creative abilities.