

РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Современное развитие постсоветского пространства свидетельствует о существовании множества проблем и противоречий. Все большее число ученых и экспертов считают, что роль мотора интеграционного процесса на постсоветском пространстве отводится бизнес-сообществу. Успешность участия бизнес-сообщества в интеграционном процессе эксперты связывают со способностью самого бизнеса к эффективному объединению, согласованию своих интересов, созданию общественных объединений, которые возьмут на себя продвижение их интересов и т.д.

Предпринимательство имеет большое значение для формирования конкурентной среды, без которой замедляется экономический рост, технический и социальный прогресс, создаёт новые рабочие места, способствует снижению уровня безработицы, росту доходов населения и, следовательно, повышению социальной стабильности в обществе. Таким образом, предпринимательство формирует средний класс общества, что характеризует успешность и процветание суверенных государств.

Современное развитие общества, которое называют постиндустриальным или информационным, нуждается в существенных изменениях в создании предприятия, формировании структуры управления им. Согласно теории «информационного рабочего» американского экономиста Питера Друкера, в наше время изменятся принципиальные основы деятельности компаний – состоится переход от компаний, которые базируются на рациональной организации, к компаниям, которые базируются на знаниях и информации. Отмеченное свидетельствует о том, что основным источником повышения эффективности работы предприятия, успешного конкурентоспособного его функционирования на рынке становится наличие и эффективное использование внутренних возможностей компании, – его интеллектуального потенциала и эффективное управление коллективом, а не производством.

Новые технологии, товары, услуги, стратегии становятся решающими преимуществами в конкурентной борьбе на современном интегрированном рынке. Традиционные подходы все менее эффективные. То, что было преимуществом еще вчера, сегодня уже не срабатывает, а завтра может стать причиной краха. В таких условиях побеждает не тот, кто делает все правильно, а тот, кто сам создает новые правила, идет непроторенным путем. Неудивительно поэтому, что креативность, способность генерировать яркие идеи и находить неожиданные решения является наиболее востребованным качеством на рынке труда.

Чтобы достичь высоких результатов в производственной деятельности предприятия, обеспечить раскрытие его конкурентных преимуществ, необходимо оценить, активизировать и эффективно использовать творческий потенциал его персонала. Творческий потенциал – это совокупность способностей работников организации к постановке и решению новых творческих заданий, продуцированию чего-то качественно нового, что характеризуется неповторимостью и уникальностью, а также к созданию условий на предприятии для проявления этих творческих способностей.

Творческий потенциал непосредственно связан с практической деятельностью человека, а потому оценивать его значение и роль можно лишь с точки зрения его влияния на эту деятельность, на общую систему организации предприятия. Хотя существует и обратная связь – на реализацию творческого потенциала работника, которая происходит через самореализацию личности человека, влияет заинтересованность самого предприятия в данном процессе, актуальность и востребованность именно в данный момент развития организаций.

В процессе активизации творческого потенциала предприятия на постсоветском пространстве все большую значимость приобретает формирование различных сообществ творческих специалистов. Существуют разные названия таких формирований: деловые сообщества, сообщества по интересам, творческие группы, новаторские команды, тематические группы, команды лучшей практики и тому подобное.

Одной из эффективных форм в современных условиях являются виртуальные команды, которые отличаются от реальных команд лишь отсутствием непосредственного общения. Исключение промежуточного управленческого звена, глобализация, круглосуточный режим работы и технологии цифровой коммуникации содействуют развитию данного вида команд.

Для развития творческого потенциала таких команд и предприятия в целом все чаще применяется коучинг. Коучинг – это учение, которое возникло на грани психоанализа, психотерапии, философии, логики, менеджмента, бизнес-консультирования и многих других научных дисциплин. Коучинг – это модель целевого творческого взаимодействия коуча и клиента, благодаря которой топ-менеджер повышает уровень мотивации и ответственности как самого себя, так и своего персонала. Это особенный инструмент для повышения эффективности деятельности клиента. Клиентами коучинга могут быть как топ-менеджеры, так и команды. Использование коучинга повышает производительность каждого топ-менеджера или команды в целом, улучшает взаимоотношения в коллективе и объединяет команду, которая приобретает способность быстро и эффективно реагировать в критических ситуациях, успешно решать возникающие проблемы, так как основное задание коуча – создать условия для раскрытия и максимального развития потенциала клиента. Речь идет прежде всего о создании предпосылок максимального творческого самораскрытия клиента, мобилизации внутренних ресурсов человека, его творческих способностей, прагматизма, самосознания, воображения, способности к предвидению.

Организация, которая применяет коучинг относительно топ-менеджмента, имеет ряд конкурентных преимуществ. Ее топ-менеджеры уверены в своих силах и работают с большим интересом и высшей отдачей. В процессе взаимодействия с коучем предприниматели и менеджеры получают новые навыки мышления и действия, повышают качество своей деятельности, учебы и новаторства. Иначе говоря, коучинг – это саморазвитие в экстремальных условиях современного мира, потому что работа здесь идет с клиентом как с целостной личностью, с его мотивацией, эмоциональным отношением к делам в настоящий момент, и с последующим разворотом мышления клиента в пространстве и выходом на реализацию перспектив, которые открываются. Коучинг можно использовать как в индивидуальной работе с клиентом, так и с коллективом всего предприятия. Причем это особенная технология коллективной работы, в процессе которой формируется высокоэффективная команда. Каждый сотрудник наилучшим образом осуществляет то, к чему имеет умение и талант.

С целью укрепления позиций на мировом рынке и повышения конкурентоспособности компании современные предприниматели пытаются использовать творческий резерв компании, а именно формируют новую концепцию управления персоналом, которая предусматривает возможность реализации творческого потенциала кадров.

Сложность управления творческим потенциалом персонала с помощью командной работы может быть обусловлена отсутствием культуры совместной деятельности, индивидуализмом, стремлением к лидерству, к личным результатам, нетерпением. Это требует от каждого участника понимания общей ситуации. Поэтому здесь важную роль играет свободный обмен информацией, ее объем, полнота и точность.

В современных условиях для эффективной работы предприятия все более необходимым становится выстраивание гибких, подвижных взаимосвязей в организационной струк-

туре, тесных контактов в процессе нововведений, совместных усилий персонала в подготовке и принятии решений, интенсивных отношений с внутренними и внешними партнерами. Эффективной чертой управления творческими потенциалами сотрудников является тесная увязка инновационных стратегий и политики управления человеческими ресурсами.

Следует отметить, что существует множество методик исследования активизации творческого потенциала персонала предприятия. Самыми распространенными из них называют следующие: «мозговой штурм» и его разновидности: индивидуальный, письменный, прямой и массовый виды, метод «конференции идей»; методы ассоциаций и аналогий; морфологический анализ; тренинги; коучинг.

Однако творческий потенциал должен быть не только оценен с экономической точки зрения, но и задействован. Иначе он не будет представлять никакую экономическую ценность. Его включение в хозяйственный процесс осуществляется через обновление всех сфер хозяйственного процесса.

Бурное насыщение информационного пространства, развитие и увеличение доступности новых технологий, быстрое изменение внешней среды бизнеса – все это повышает потребность предприятий в специалистах нового типа, в активизации развития их творческих потенциалов. Креативность и нестандартность мышления становятся обязательными требованиями к работникам. Все это является подтверждением развития креативной экономики (термин, который впервые появился в августе 2000 г. в журнале Business Week). Под креативной экономикой понимают такую экономическую систему, которая характеризуется, прежде всего высокой ролью новых технологий и открытий в разных сферах деятельности человека; высокой степенью неопределенности; большим объемом уже существующих знаний и острой необходимостью генерации новых знаний.

В последние десятилетия произошла заметная социализация интеграционных процессов во многих интеграционных объединениях. Современные условия развития производства и сферы услуг предопределяют ужесточение конкурентной борьбы. Чтобы добиться конкурентоспособности организации, необходимо посредством менеджмента фирмы создать такие условия, которые способствовали бы появлению и развитию новшеств и способностей.

*Черномаз П.А.
г. Харьков, Украина*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКО-РОССИЙСКОГО ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Проблематика формы и содержания в государственном управлении восходит к трудам древности. Одним из первых, кто классифицировал формы государственного устройства, был древнегреческий философ Аристотель (4 в. до н.э.). В зависимости от сочетания формы и содержания правления он в труде «Политика» выделил 6 видов государственного устройства (табл. 1): три правильных (царская власть, аристократия и полиция) и три – отклоняющихся от правильных (тирания, олигархия и демократия).

Таблица 1. – Виды государственного устройства (по Аристотелю)

| Различие по форме правления – количество граждан | Различие по содержанию правления – наличие или отсутствие добродетели у правящих |
|--|--|
|--|--|