

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ТВОРЧЕСТВА И ИННОВАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ АСПЕКТ

З. Аткачуниене, доктор-хабилитат, профессор, заведующая кафедрой информации и коммуникации факультета коммуникаций Вильнюсского университета

И.В. Кулакова, аспирант (факультет коммуникаций Вильнюсского университета)

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность организации, творчество, знания, навыки, личные качества, организационная культура, мотивация.

Актуальность исследуемой проблематики

В Европе 2009 г. был провозглашен годом творчества и инноваций, целью которого было привлечь внимание к важности творчества в личной и общественной жизни [7]. Этот год предназначен для поощрения творчества, которое лежит в основе создания инноваций и выступает важным фактором развития личных, профессиональных, предпринимательских и социальных навыков [2; 4; 21].

Большинство руководителей всё чаще соглашаются с тенденцией, что творческие работники являются залогом успешной и конкурентоспособной организации. Взаимодействие творчества и инноваций, способствующее поиску новых возможностей, особо важно в конкурентной борьбе не только в Европейских организациях, но и на международном рынке.

Цель статьи заключается в том, чтобы, основываясь на анализе теоретических источников, представить результаты исследования взаимодействия творчества и инноваций.

Творчество в организации

Творчество является способностью индивида создавать идеи, по-новому и оригинально принимать решения; процесс развития и создания идей, который следует поощрять и который заканчивается созданием чего-то нового [9]. Можно обнаружить немало определений этого феномена.

Творчество – процесс развития новых и полезных идей, оригинальный, интересный, другой способ решения проблем [2; 19; 24].

Творчество – это процесс создания новых идей, поиска интересных решений, неожиданное переформулирование проблем в организации [6; 10].

Анализируя научные источники, можно столкнуться с двумя взглядами на творчество – как на врожденное и приобретенное качество индивида. Данная статья основана на теории, что творческим работником можно стать, главное на индивидуальном и организационном уровне развивать этот феномен.

Развивая творчество на индивидуальном уровне, самыми важными факторами являются *знания, личные качества и навыки* [3; 14; 19; 20; 25]. Опираясь на исследования зарубежных ученых, на организационном уровне творчество поощряется благодаря *мотивации, организационной культуре, поддержке руководства, организационной структуре и работе группами* [1; 3; 5; 8; 11; 13–18; 21; 23; 25]. Развивая и поощряя творчество в организации, важно добиться определенного полезного результата – развития инновационной деятельности.

Инновационная деятельность в организации

Концепция *инноваций* непосредственно связана с деятельностью, направленной на адаптацию имеющихся знаний с целью разработки новых или обновления и улучшения существующих продуктов, услуг, процессов. Предлагаются различные определения инноваций.

Инновации – успешное коммерческое применение новых технологий, идей и методов для предоставления на рынок новых или улучшенных продуктов и процессов (RIS/RITTS Руководство, Европейская комиссия; OECD; Программа инноваций в бизнесе).

Инновации – результат творчества, воплощения созданных идей (новый/улучшенный продукт/услуга, процессы, методы, технологии) [1; 12; 22].

В научной литературе преобладают два взгляда на инновации: как на *процесс* и как на *результат процесса*. В данной статье инновации анализируются в контексте результата инновационной деятельности. Акцентируется важность *коммерциализации*, поскольку лишь с коммерциализацией нового или улучшенного изобретения оно становится инновацией. В инновационной деятельности особо важны *творческое начало, знания, опыт и навыки*.

Следует обратить внимание, что для создания новых или улучшения уже существующих продуктов и услуг необходимы идеи.

Взаимодействие творчества и инноваций в организации

С целью создания инноваций необходимо поощрять творчество в организации. Этому могут способствовать определенные *модели создания и воплощения идей*: Г. Уоллис (1926) модель создания идей; Дж. Россман (1931) модель создания идей; А. Осборн (1973) модель создания идей; П. Ушер (1954) кумулятивный синтез; С.Дж. Клайн (1986) и Н. Розенберг (1996) последовательная модель; Р.Г. Купер «Stage gate» модель; С.У. Исаксен (1985), Д.Дж. Треффлингер (1985) и С.Дж. Парнас (1992) модель творческого решения проблем; М. Чиксентмихайи (1995) и Р.К. Соьер (1995) модель четырех уровней; Н.С. Якобсен, С.О. Ребсдорф (2008) модель творческих инноваций и другие [12].

Данные модели описывают этапы создания идей, дополняют друг друга, подчеркивают и подтверждают взаимодействие творчества (процесс создания идей) и инноваций.

Опираясь на теоретические модели создания и воплощения идей, а также проведя обзор зарубежных и литовских научных исследований творчества и инноваций, была создана новая модель взаимодействия творчества и инноваций в организации (рис. 1), на основе которой проведено практическое исследование. Далее кратко представлена полученная модель.

Современная организация является открытой системой, которая находится под влиянием внешней среды (политической, социальной, культурной, экономической и др.), других факторов (государственных законов, морали, культуры, этики, и др.), а также заинтересованных лиц (покупателей, поставщиков, конкурентов, правительства и др.). В данной модели внешние факторы не исследуются, основное внимание уделяется внутренней среде организации, которая должна способствовать развитию творчества и инноваций.

Творчество в созданной модели изображается как процесс создания идей, который зависит от факторов, влияющих на индиви-

дуальное и организационное творчество. В предлагаемой модели обозначены основные факторы, влияющие и поощряющие организационное творчество. Они взаимосвязаны. На уровень индивидуального творчества работника влияют знания, навыки и личные качества. В свою очередь, на организационное творчество влияют в основном такие факторы, как организационная культура, структура организации (по мнению некоторых ученых, является частью организационной культуры), управление, мотивация и работа группами. Необходимо подчеркнуть, что работник должен быть мотивирован создавать новые идеи, руководству рекомендуется поощрять работу группами, поддерживать благоприятную организационную культуру. В данном случае будет создаваться много новых идей, однако в большинстве случаев не все они могут быть полезны организации, стать впоследствии инновациями. По этим причинам, как указано в модели, созданные идеи должны пройти три этапа: оценка (это начальный этап, во время которого группа экспертов дает оценку каждой идеи), отбор (оцененные идеи отбираются в соответствии с потребностями организации) и решение (группа экспертов принимает окончательное решение, какие идеи могут быть воплощены,

станут реализуемой инновацией). Чаще всего из множества предложенных идей только несколько могут быть оценены как успешные и быть реализованы.

Следует отметить, что определение «инновации» в литературе рассматривается как процесс, включающий ряд процессов осуществления новых идей, и как результат – новшество. В предлагаемой модели подробно не анализируется инновационный процесс, поскольку в данном случае для исследования важен сам результат, новшество. Инновации представлены как результат поощрения творчества в организации. Как только концепция созданной идеи стала результатом, происходит процесс создания инноваций/улучшений. Если на основе выбранной идеи был создан продукт, услуга или полезное улучшение, то организация получила преимущество, пользу, а работник – удовлетворение (обратная связь между инновациями и творчеством).

С целью подтверждения или опровержения теоретической части фактов взаимодействия творчества и инноваций в организации, было проведено исследование в трех бизнес-организациях, располагающихся в различных странах, а позже произведен сравнительный анализ полученных результатов, который представлен далее.

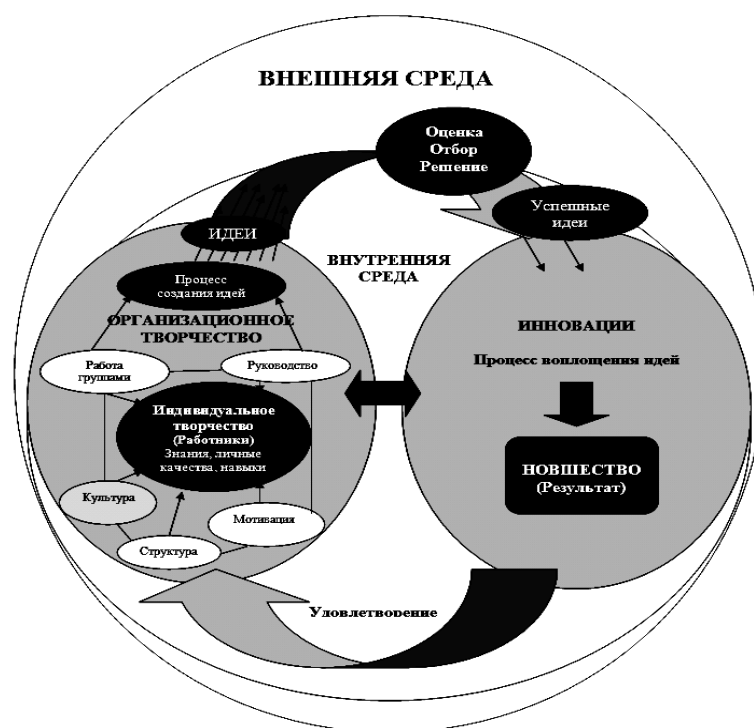


Рисунок 1 – Модель взаимодействия творчества и инноваций

Исследование взаимодействия творчества и инноваций

Опираясь на представленный выше теоретический материал, а также на созданную модель, было проведено исследование взаимодействия творчества и инноваций в трех крупных организациях.

Цель исследования – изучить взаимодействие творчества и инноваций в крупных бизнес-организациях Соединённых Штатов Америки (США), Беларуси и Литвы

Задачи исследования:

- проанализировать факторы, поощряющие творчество в организации (опираясь на созданную модель);
- исследовать взаимодействие творчества и инноваций в организации;
- провести сравнительный анализ организаций.

Объект исследования – творчество и инновации в организации.

Метод исследования – количественный метод опроса (анкета – опрос электронным способом).

Отбор и количество респондентов – 216 работников крупных организаций различных стран (США, Беларуси и Литвы). Всего в исследовании приняли участие три крупные организации, которые находятся в трех различных странах (с целью отразить международный аспект и сравнить организации раз-

личных стран), хотя приглашение на участие в исследовании было выслано пятнадцати организациям, по пять от каждой страны. В каждой из исследуемых организаций трудится свыше 1500 работников. Данные организации занимаются более чем одним видом деятельности: производство товаров, продажа и другие услуги. Всем организациям было выслано по электронной почте 500 анкет, однако руководство предупредило, что такое количество анкет не может быть заполнено, поэтому количество анкет уменьшилось до 300. Всего были заполнены и проанализированы 216 анкет.

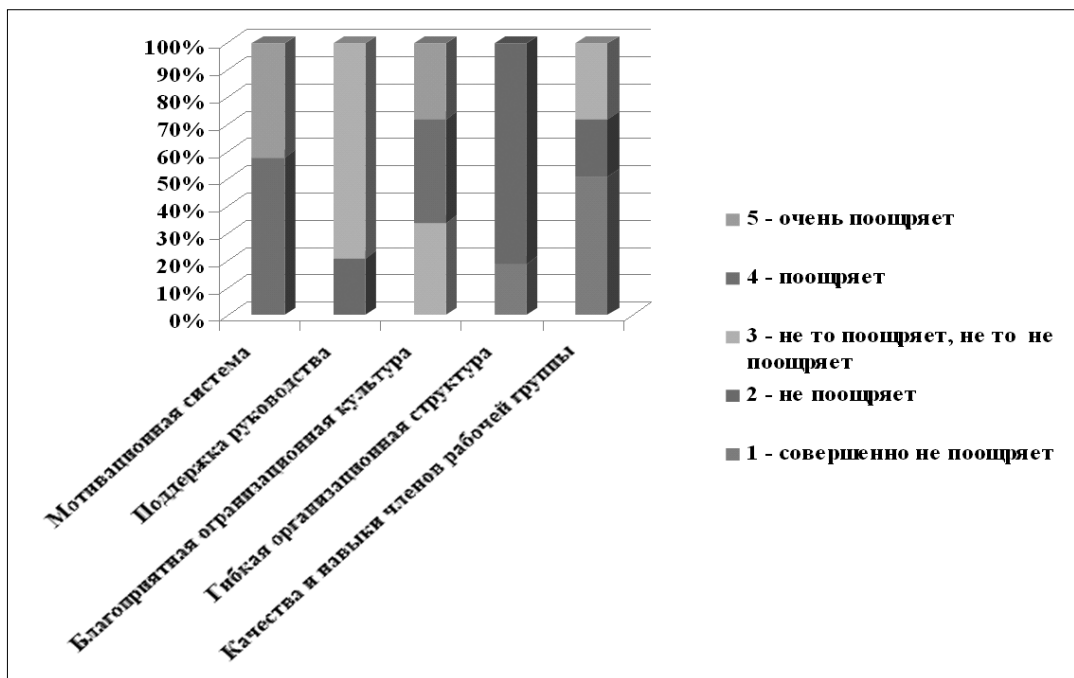
Опираясь на теоретические основы, были выдвинуты две *гипотезы исследования*:

- Г1. Организационное творчество больше всего поощряет организационная культура, поддержка руководства, а также внешняя и внутренняя мотивация.
- Г2. Поощрение творчества приводит к созданию инноваций в организации.

Результаты исследования

Основываясь на созданной и представленной модели, во всех организациях исследовались факторы, которые поощряют, по мнению ученых, организационное творчество. В организации США творчество очень поощряет мотивационная система, а также поддержка руководства (диаграмма 1).

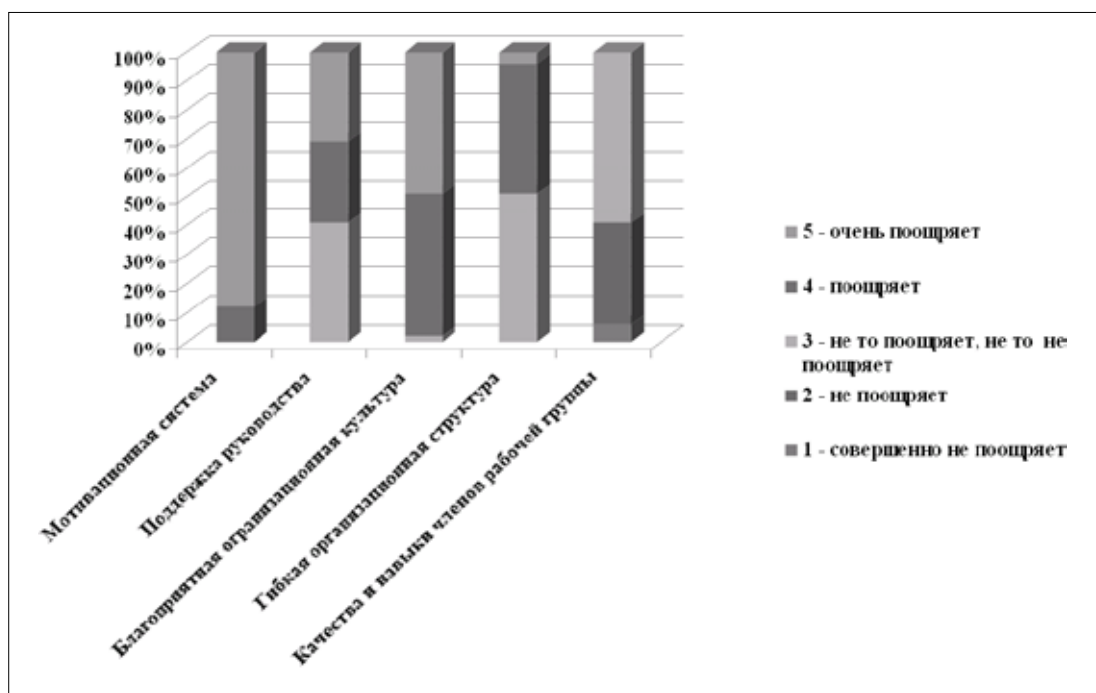
Диаграмма 1 – Факторы, поощряющие организационное творчество (США) (2010 г., %)



Опираясь на ответы большинства работников, организационное творчество поощряет благоприятная организационная культура (68 % работников) и качества, навыки членов рабочей группы. Гибкая организационная структура, по мнению работников организации США, не то поощряет, не то не поощряет (61 % работников) или не поощряет (34 % работников) организационное творчество (диаграмма 1). В организации США для процесса создания идей важны почти все факторы, которые поощряют организационное творчество.

В организации Беларуси, по мнению большинства работников (88 % работников), мотивационная система, благоприятная организационная культура (49 % работников) и поддержка руководства (31 % работников) очень поощряют организационное творчество (диаграмма 2). В свою очередь, гибкая структура (51 % работников) и качества, навыки членов рабочей группы (59 % работников) не то поощряют, не то не поощряют организационное творчество в организации Беларуси. Данные результаты могут быть связаны с типом организационной культуры.

Диаграмма 2 – Факторы, поощряющие организационное творчество (Беларусь) (2010 г., %)

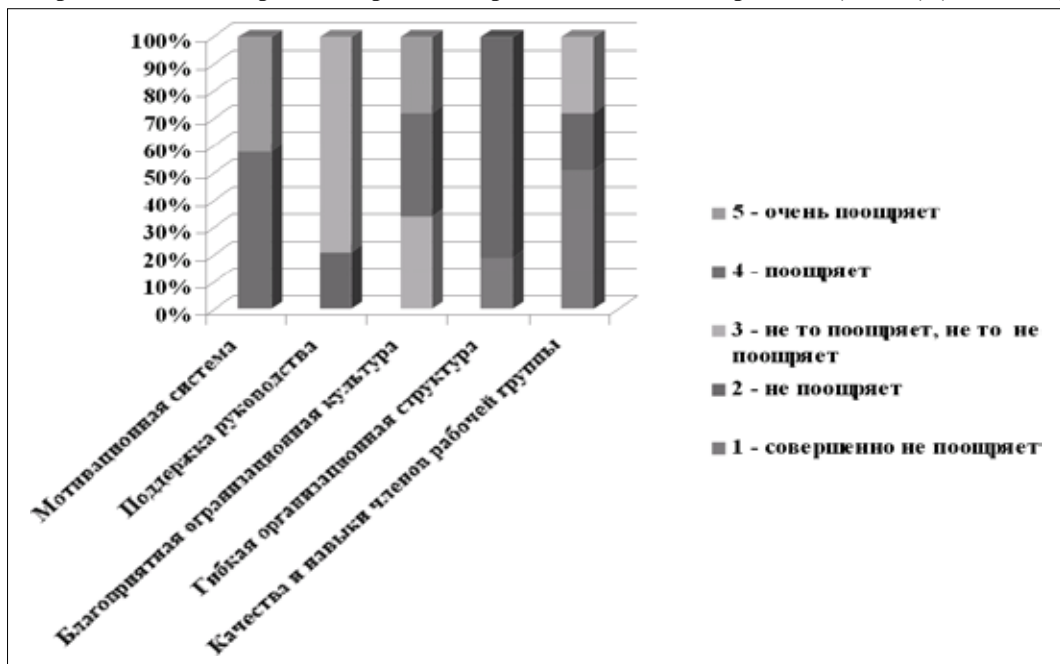


В организации Литвы очень поощряет или поощряет организационное творчество мотивационная система (100 % работников) и благоприятная организационная культура (66 % работников) (диаграмма 3). Поддержка руководства не то поощряет, не то не поощряет организационное творчество (79 % работников), а гибкая организационная структура и навыки, качества членов рабочей группы не поощряют или совершенно не поощряют работников литовской организации создавать новые идеи.

Основываясь на результатах исследования, в организациях всех стран на процесс

создания новых и оригинальных идей влияет мотивационная система, а также благоприятная организационная культура. Необходимо отметить, что в организациях США и Литвы на развитие творчества меньше всего влияет гибкая организационная структура, которая важна для организации Беларуси. Некоторые различия полученных результатов можно аргументировать различиями культуры стран, в которых находятся организации, их менталитета и приоритетов, выдвинутых руководством, которые также влияют на развитие и поощрение организационного творчества.

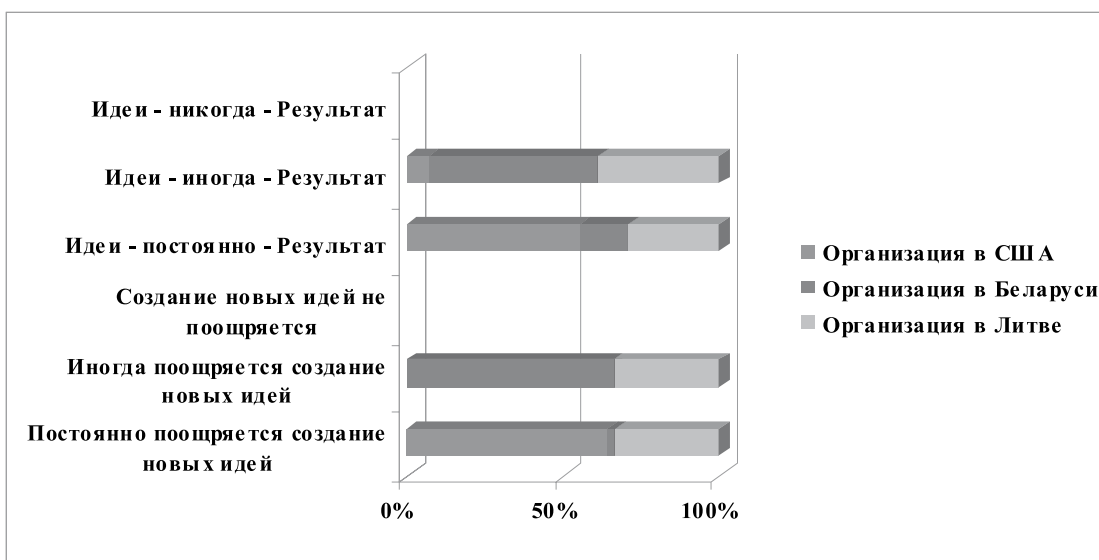
Диаграмма 3 – Факторы, поощряющие организационное творчество (Литва) (2010 г., %)



Произведя сравнительный анализ в организациях трех различных стран, можно утверждать, что во всех исследуемых организациях создание новых идей иногда или постоянно поощряется (в организации США создание идей поощряется постоянно, в организации Беларуси, в основном, – иногда, в организации Литвы, по мнению респондентов, – иногда и постоянно) (диаграмма 4). Результаты исследования представляют взаимодействие

творчества и инноваций в организациях. В организации США создаваемые идеи постоянно реализуются и впоследствии становятся полезным результатом – инновациями. В организациях Беларуси и Литвы создаваемые идеи воплощаются реже, иногда становятся инновациями. Никто из респондентов не отметил, что создаваемые идеи никогда не становятся результатом, что подтверждает взаимодействие между творчеством и инновациями.

Диаграмма 4 – Взаимодействие творчества и инноваций в организациях: сравнительный анализ (2010 г., %)



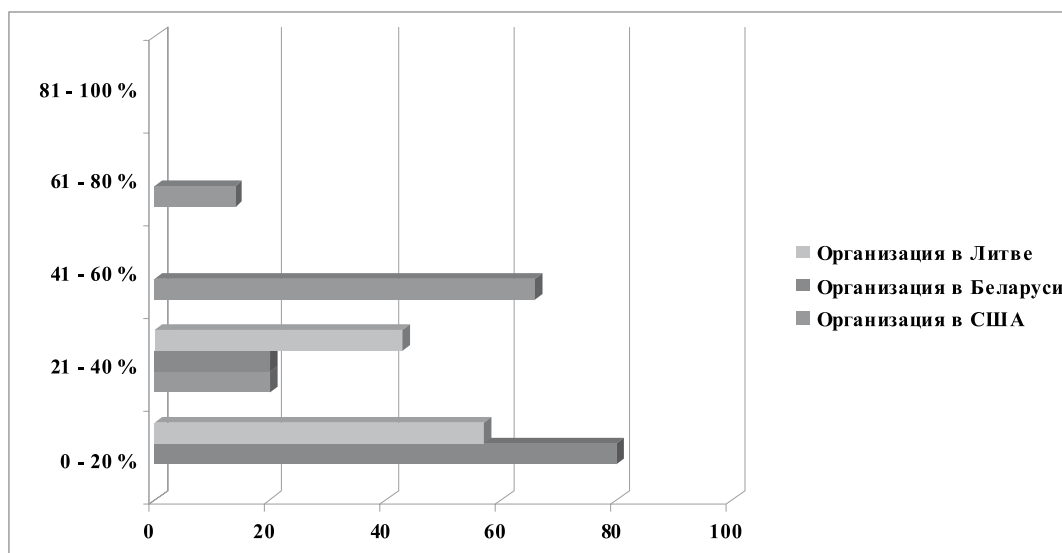
Результаты исследования показали, что все организации являются инновационными: в течение трех лет в каждой из них был создан новый продукт/услуга или улучшены

уже существующие. С целью подтвердить взаимодействие творчества и инноваций, также было выявлено их процентное соотношение (диаграмма 5). В организации США

идеи постоянно воплощаются и становятся результатом, вследствие этого процентное соотношение творчества и инноваций в данной организации наивысшее – от 41 % до 60 % созданных и предложенных работниками идей за последние три года становились инновациями. В организациях двух других стран соотношение было намного меньше. В орга-

низации Беларуси в основном до 20 % новых идей были реализованы и стали инновациями в течение последних трех лет, в организации Литвы – до 40 %. Данные результаты показали, чем больше поощряется процесс создания новых идей, организационное творчество, тем больше предложенных идей реализуется, организация создает больше инноваций.

Диаграмма 5 – Соотношение творчества и инноваций в зарубежных организациях: сравнительный анализ (2010 г., %)



Выводы

Согласно результатам исследования, делается вывод, что поощрение творчества влияет на инновационную деятельность организации.

Проанализировав подход к творчеству во всех организациях, было выяснено, что в организации США процесс создания новых идей поощряется постоянно, в организациях Беларуси и Литвы – иногда, цель поощрения – создание инноваций.

Первая гипотеза (Г1) была частично подтверждена. Самыми важными факторами, влияющими на организационное творчество, были признаны организационная культура и мотивация.

Вторая гипотеза (Г2) была подтверждена. Чем больше поощряется творчество в организации, тем больше инноваций создаётся.

Во всех организациях происходит взаимодействие между творческой и инновационной деятельностью.

Рекомендации

Исследуемой организации в США целесообразно дальнейшее развитие существующей организационной культуры, рекомендуется поощрять факторы, влияющие на творчество.

Исследуемой организации в Беларуси рекомендуется изменить организационную культуру, внедрить одну из моделей создания и воплощения идей для оказания содействия в развитии творческого мышления и инноваций. Целесообразно поощрять факторы, влияющие на взаимодействие творчества и инноваций.

Исследуемой организации в Литве с целью поощрения творчества рекомендуется изменить организационную культуру. Предлагается развивать факторы, влияющие на творчество: мотивация, организационная структура и другие, которые способствуют созданию инноваций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Amabile, T.M. A Model of Creativity and Innovation in Organizations. Из В. М. Staw и L.L. Cummings (red.), Research in Organizational Behavior Vol. 10., Greenwich, Conn : JAI Press, 1988. – С. 123–167.
2. Amabile, T.M. Creativity in Context. Boulder, Colo : Westview Press, 1996. 317 p. ISBN-10 : 0813330343; ISBN-13 : 9780813330341.
3. Amabile, T.M. How to Kill Creativity [интерактивный]. Из Harvard Business Review, September, 1998, p. 77–87, [см. 9 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <http://www.sagepub.com/upm-data/11444_02_Henry_Ch02.pdf>.
4. Amabile, T.M. Entrepreneurial Creativity Through Motivational Synergy. Из Journal of Creative Behavior, 31 (1), 1997. – С. 18–26.
5. Bharadwaj, S., Menon, A. Making Innovation Happen in Organizations: Individual Creativity Mechanisms, Organizational Creativity Mechanisms or Both? J ROD INNOV MANAG 2000; 17 : p. 424–434, 2000. Из базы данных Elsevier.
6. Coconete, D.E., Moguilnaia, N.A., Cross, R.B.M., De Souza, P.E., и Sankara Narayanan, E.M. Creativity – A Catalyst for Technological Innovation. Emerging Technologies Research Centre, 2003. – С. 291–295.
7. Creativity and Innovation European Year 2009 [интерактивный]. [см. 9 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <http://create2009.europa.eu/fileadmin/Content/Downloads/PDF/FAQ/FAQ_LT.pdf>.
8. Eadie, D. C. (1997) Nurturing Creative Capacity in Nonprofits. Iš D. C. Eadie (reg.), Changing by Design. San Francisco : Jossey-Bass Publishers. – С. 101–125.
9. Glosienė, A. (2007) Kūrybingumas žinių visuomenėje: idėjų žemėlapis. Из Informacijos mokslai 41/2007, Вильнюс. – С. 9–24.
10. Innovation management. Building competitive skills in SME's. European Commission. [интерактивный]. [см. 11 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/innovation-policy/studies/isbn_92-828-4650-4_en.pdf>.
11. Isaksen, S.G., Kenneth, J.L., Ekvall, G., Britz A. Perceptions of the Best and Worst Climates for Creativity : Preliminary Validation Evidence for the Situational Outlook Questionnaire [интерактивный]. Из Creativity Research Journal, 2000-2001, Vol 13, № 2, p. 171–184 [см. 18 февраля 2010 г.]. Доступ в интернете : <http://www.cpsb.com/cru/research/articles/SOQ_CRJ_Article.pdf>.
12. Jakobsen, H.S., Rebsdorf, S.O. (2008) Idėjų plėtra ir kūrybinės inovacijos. Перевод Laura Račėsaitė. Vilnius. – 144 с.
13. Jaskyte, K. Employee Creativity in U.S. and Lithuanian Nonprofit Organizations. Из Nonprofit Management & Leadership, vol. 18, No. 4, Summer 2008. – P. 465–483. Из базы данных Wiley InterScience.
14. Lubart, T. I. Creativity Across Cultures. Из R. J. Sternberg (red.), Handbook on Creativity. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – P. 339–350.
15. Martins, E.C.; Terblanche F. Building organizational culture that stimulates creativity and innovation [интерактивный]. – 2003. – P. 64–74 [см. 15 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do?contentType=Article&contentId=872535>>.
16. Oldhan, G. R., Cummings, A. Employee Creativity : Personal and Contextual Factors at Work. Из Academy of Management Journal, 39 (3). – 1996. – P. 607–634.
17. Seidel, S., Rosemann, M. Creativity Management – The New Challenge for the BPM [интерактивный]. – 2008. – С. 1–8 [см. 19 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <<http://www.bptrends.com/publicationfiles/Three%2005-08-ART-CreativityManagement-Seidel-and-Rosemann-final.pdf>>.

18. Steiner, G.A. The Creative Organization [интерактивный]. 1971, [см. 27 декабря 2009 г.]. Доступ в интернете : <<http://www.chicagobooth.edu/faculty/selectedpapers/sp10.pdf>>.
19. Sternberg, R.J. The Nature of Creativity [интерактивный]. Из Creativity Reserch Journal, 2006, Vol. 18, No. 1. [см. 9 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <http://people.uncw.edu/caropresoe/GiftedFoundations/SocialEmotional/Creativity-articles/Sternberg_Nature-of-creativity.pdf>.
20. Urban, K. K. Recent trends in creativity research and theory in Western Europe. Из European Journal for High Ability, Vol. 1, 1990. – P. 99–113.
21. Weisberg, R. W. Creativity : Beyond the Myth of Genius. 1993, New York: W.H. Freeman. 312 стр. ISBN-10 : 0716723670, ISBN-13 : 9780716723677.
22. West, M. A. Sparkling Fountains or Stagnant Ponds: An Integrative Model of Creativity and Innovation Implementation in Work Groups [интерактивный]. Из Applied Psychology : An International Review, 2002, 51 (3). – С. 355–424 [см. 18 января 2010 г.]. Доступ в интернете : <http://yahel.edu.haifa.ac.il/userfiles/file/lead_files/ma_articles/west%20m%20a%202002.pdf>.
23. Westwood, R., Low, D. R. The Multicultural Muse: Culture, Creativity and Innovation. Из International Journal of Cross Cultural Management, 3 (2), 2003. – P. 235–257.
24. Xu, F., Rickards, T. Creativity Management: A Predicted Development from Research into Creativity and Management [интерактивный]. Из Creativity and Innovation Management Journal, Volume 16, number 3, 2007. – С. 216–228 [см. 10 июля 2010 г.]. Доступ в интернете : <http://www2.sa.unibo.it/summer/testi/19_detoni/Creative-Management.pdf>.
25. Zhou, J., Shalley, C. E. Handbook of Organizational Creativity. 2008, NY, London : Taylor and Francis Group, LLC. 394 p. ISBN 13 : 978-0-8058-4072-8-394.

РЕЗЮМЕ

Представлено исследование влияния элементов творческого подхода на конкурентоспособность организаций. Сделаны предложения по формированию моделей создания и воплощения идей, развитию творческого мышления и инноваций. Указывается на экономическую целесообразность поощрения факторов, влияющих на взаимодействие творчества и инноваций.

SUMMARY

The article presents the study of the influence of elements of creativity on the competitiveness of organizations. There are proposals made for the formation of models for establishment and implementation of ideas for development of creative thinking and innovation. The authors points to the economic feasibility of promoting the factors influencing the interaction between creativity and innovation.