

Література

1. Безшкура А.Ю. Оцінка кадрового потенціалу науково-технічної сфери України / А.Ю. Безшкура, М.В. Страмцов. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.economy.nauka.com.ua/?or=1&z=1654>.
2. Державна кадрова політика в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку : наук. доп. / авт. кол.: Ю.В. Ковбасюк, К.О. Ващенко, Ю.П. Сурмін та ін.; за заг. ред. д-ра наук з держ. управл., проф. Ю.В. Ковбасюка, д-ра політ. наук, проф. К.О. Ващенко, д-ра соц. наук, проф. Ю.П. Сурміна (кер. проекту). – К.: Вид-во НАДУ, 2012. – 72 с.
3. Кремень В. Чому і що потрібно змінювати в українській освіті? / В. Кремень // Урядовий кур'єр 1.11.2012 р., № 200 (4844) спецвип. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://ukurier.gov.ua/media/documents/2012/10/31/200_4844_s.pdf.
4. Робота аспірантури та докторантури у 2013 році: Експрес-вип. від 04.03.2014 р., № 74/0/05.4 ви-14. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 2 с.
5. Свіреня М.М. Кадровий потенціал української науки: втрати і шляхи подолання спаду / М.М. Свіреня. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://tme.uio.edu.ua/docs/1/08smmsps.pdf>.
6. Українська система вищої освіти отримала 25-ту позицію у світовому рейтингу. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://osvita.ua/vnz/news/29487/print>.
7. Фінніков Т. Загальний огляд системи вищої освіти України / Т. Фінніков. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.irf.ua/files/ukr/programs_edu_ep_333_ua_hegfv.doc.
8. Хожило І.І. Розвиток кадрового потенціалу в державному секторі економіки та соціогуманітарній сфері як основа підвищення стандартів життя громадян України / І.І. Хожило, О.В. Антонова. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://vamcsdu_2010_1_15.pdf.
9. Шевчук А.В. Трансформація вищої освіти в Україні: ретроспективний аспект / А.В. Шевчук // Економічний часопис-XXI: наук. журнал. – 2012. – С. 11-12(1).
10. Ясько Р.О. Актуальні проблеми державної політики щодо розвитку кадрового потенціалу в гуманітарній сфері. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.academy.gov.ua/ej/ej18/PDF/19.pdf>.

Шевчук А.В., Шевчук Л.Т. Проблемы формирования кадрового потенциала научной сферы Украины

Обобщены проблемы формирования кадрового потенциала научной сферы Украины и определены концептуальные направления их преодоления. Определено, что важно модернизировать государственную кадровую политику путем уточнения прогнозно-плановой документации с выделением стратегического развития кадрового потенциала научной сферы. На основе анализа тенденций развития образования в Украине в последние годы доказано, что встал новый вопрос оптимизации сети высших учебных заведений путем их укрупнения и создания учебно-научных комплексов со сквозными программами, начиная от детского сада и заканчивая вузами. Намечены пути интеграции образования, науки и культуры с целью решения проблем формирования кадрового потенциала научной сферы Украины.

Ключевые слова: кадровый потенциал, научная сфера, вузы.

Shevchuk A.V., Shevchuk L.T. Problems of Formation of Human Resources in Science Sphere of Ukraine

The problems of formation of human resources in science sphere of Ukraine and some conceptual directions to overcome them were summarized. The importance of modernization of the state personnel policy by clarifying forecast-planning documents, highlighting the strategic development of human resource capacity of the scientific sphere was determined. A new question for optimizing the network of higher education institutions by their enlargement and the creation of an educational complex with through programs ranging from kindergarten to universities is defined based on analysis of trends in the development of education in Ukraine in recent years. The ways of integration of education, science and culture in order to solve problems formation of human resources in science sphere of Ukraine are proposed.

Key words: human resources, scientific sphere, universities, state policy.

УДК 330.322.1:658.589

Доц. Т.І. Данько, канд. екон. наук;
магістрант І.А. Яцишко – НУ "Львівська політехніка"

КРЕАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Висвітлено теоретичні основи креативності в системі інноваційного розвитку торговельного підприємства як однієї з головних умов підвищення його конкурентоспроможності. Розглянуто наявні підходи до вивчення креативності персоналу та елементи, що сприяють розвитку креативності персоналу торговельного підприємства. Сформульовано необхідні заходи для стимулювання розвитку креативності та творчих здібностей працівників, виділено фактори, які сприяють формуванню креативної діяльності персоналу, та важливі умови успіху інноваційної діяльності торговельного підприємства.

Ключові слова: креативність, персонал, торговельне підприємство, менеджер, мотивація, інноваційна діяльність.

Постановка проблеми. Креативність є невід'ємною складовою ефективного управління будь-яким підприємством і обов'язковою умовою його сталого розвитку. Без неї не можливі новоутворення у діяльності підприємства, у створенні нового продукту. Торговельні підприємства зможуть конкурувати між собою тільки тоді, коли матимуть високий креативний потенціал і зможуть управляти ним так, щоб регулярно пропонувати на ринок торгівлі інновації. Узагальнюючи теоретичні підходи до визначення сутності поняття "креативність", в економічному контексті її варто розглядати як здатність працівника до творчого самоствердження та самовдосконалення на основі універсальних принципів організаційної поведінки й особистісних можливостей генерувати новаторські ідеї, приймати креативні управлінські рішення, створювати інноваційні продукти.

Аналіз досліджень і публікацій. Упродовж тривалого періоду розвитку суспільства проблема креативності стоїть у центрі уваги багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема: І. Алексєєва, А. Маслоу, О. Андросова, В. Базилевич, В. Верба, О. Волкова, Т. Гончаренко, Дж. Гілфорд, О. Кузьмін, В. Пономаренко, Ю. Стадницького, К. Торшиної, П. Торренса, Ф. Баррон, Дж. Келлі, Д. Богоявленської, М. Довгань, М. Костюченко, Т. Левадної, І. Маркіна, Р. Муні, Г. Решетнікова, М. Рорбах, Р. Стернберг, Е. Торренс, Т. Тюріна, Д. Харінгтон, М. Швед, І. Швець, А. Шегда, К. Янковського та ін.

Огляд наукової літератури [1-5] показав, що автори праць приділяють значну увагу опису сутності понять: "потенціал", "креативність", "творчий розвиток", дослідженню причин різного рівня креативних задатків у індивідів, факторам, які впливають на активізування креативності тощо, але в більшості наукових працях, які стосуються креативності, розглянуто проблеми творчості з позиції психології, а не економіки і менеджменту. На сьогодні не існує чіткого поняття "креативність", тому деякі науковці розглядають її як створення людиною нових, оригінальних ідей, які мають велике значення для розвитку торговельного підприємства. Інші вчені пов'язують креативність із діяльністю людини, спрямованою на самовираження та піднесення на вищий службовий щабель.

Мета роботи полягає в обґрунтуванні потреби активізувати креативну діяльність персоналу як обов'язкову умову інноваційного розвитку торговельних підприємств.

Результати досліджень. Вирішальне значення у забезпеченні інноваційних змін на торговельному підприємстві має персонал, ефективність використання якого є одним з основних показників оцінки систем управління інноваційними процесами. Тому необхідність формування творчих здібностей, креативності персоналу набуває особливого значення для інноваційного розвитку торговельного підприємства та його конкурентоспроможності. Головним тут є формування колективу творчих особистостей, здатних адекватно реагувати на інноваційні зміни на підприємстві та ініціювати такі зміни.

Креативність є ключовим фактором ефективного управління торговельним підприємством, оскільки без неї неможливо здійснювати організаційні зміни, які забезпечили б його інноваційний розвиток. Адже непрофесіоналізм, послаблена цілеспрямованість, сталі негативні навички в манерах та мисленні, незмінність форм і методів управлінської діяльності унеможливають досягнення цілей підприємства.

До необхідних елементів, що сприяють розвитку креативності персоналу торговельного підприємства, належать: компетенція – знання, навички, досвід; творче мислення, гнучкість і наполегливість під час пошуку рішення; мотивація внутрішня (особиста зацікавленість у вирішенні проблеми) та зовнішня (матеріальне стимулювання та кар'єрне просування).

Керівництво багатьох сучасних торговельних підприємств недооцінює потенційні можливості щодо інноваційних ідей своїх працівників. Значна частина персоналу здатна зробити цінний внесок у розвиток торговельного підприємства. Їхні пропозиції можуть допомогти вирішити багато різних проблем, а часом спонукати до інших ідей, які реалізуються на рівні керівників і стосуються створення нових послуг, удосконалення продукту чи вибору нових стратегій розвитку торговельного підприємства. На жаль, такі ідеї висловлюються зазвичай у неформальному спілкуванні між працівниками і не реалізуються через відсутність можливостей донесення інноваційних пропозицій до керівників [4].

Виділяють фактори, які сприяють формуванню креативної діяльності персоналу, а саме: управління знаннями та розвиток творчості персоналу; стимулювання зростання особистої майстерності менеджерів та професійної майстерності персоналу; вміння менеджерів бачити перспективи та створювати сприятливі умови для талановитих працівників; розвиток у менеджерів культури системного мислення; підтримання нових ідей, впровадження інновацій та своєчасне проведення змін.

Креативність приносить користь торговельному підприємству тільки тоді, коли вона матеріалізується, тобто результати індивідуальної діяльності працівника втілюються у результатах діяльності торговельного підприємства. З огляду на це цим перед менеджерами постає завдання – отримати реальну користь від творчого потенціалу персоналу і, розвинувши цей потенціал, трансформувати його в інновації, здатні забезпечити конкурентні переваги на ринку. Тому одним із найважливіших умінь менеджерів є пошук та розкриття талановитих людей, а інше – реалізація генерованих талановитими людьми ідей у вигляді інновацій.

Однією з важливих умов успіху інноваційної діяльності торговельного підприємства є здатність менеджерів: підтримувати інноваційні ідеї, рішуче ді-

яти в умовах невизначеності й ризику, активно залучати працівників до участі в інноваційному процесі, а також забезпечувати комунікабельність та високу продуктивність праці.

Інноваційна діяльність потребує від менеджерів торговельного підприємства насамперед здатності долати стереотипи мислення і поведінки, знаходити нестандартне вирішення управлінських завдань в умовах невизначеності. Існує три помилки в інноваційній діяльності, які допускають менеджери: 1) вони не створюють умови для продукування нових ідей; 2) не розвивають у працівників інноваційне мислення; 3) не організовують реалізацію внесених ідей. Менеджери, які прагнуть, щоб їхнє підприємство було успішним на ринку в довгостроковій перспективі, повинні не тільки генерувати нові ідеї та впроваджувати інновації, але й проводити відповідні зміни, щоб інновації дали позитивні результати.

Інновації тільки тоді втілюються у життя, коли ними безпосередньо опікується керівництво торговельного підприємства. Інакше найкращі ідеї не доходять до свого завершення. Якщо торговельне підприємство у своєму розвитку досягає інноваційного напруження, то йому потрібен досвідчений "диригент", який має узгоджувати процес генерування ідей, внутрішню координацію дій і можливу реакцію зовнішнього середовища. Роль такого "диригента" має відігравати менеджер. Менеджерів, які вміють розпізнавати перспективну ідею і створювати умови для її реалізації, іноді називають креативними менеджерами.

Креативні ідеї розробляються у такій послідовності [3]:

- 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) розроблення і вибір креативної ідеї: відмова від стереотипного способу мислення, генерування ідей, акумулювання ідей і їх критичний аналіз, логічне обґрунтування ідей, визначення реальності ідей серед інших можливостей;
- 4) планування нововведення: обговорення креативної ідеї, затвердження ідей, 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.

Наявна практика активізування креативної діяльності персоналу на торговельних підприємствах побудована переважно на загальних засадах мотивації. Основними підходами до мотивації креативної діяльності персоналу сьогодні залишаються фінансування та просування у службовій діяльності. Досить поширеним є також і застосування нематеріального стимулювання: робота за вільним графіком, скорочення тривалості робочого часу за рахунок його економії внаслідок високої продуктивності праці, публічне визнання праці співробітників, які отримали значні результати тощо.

Аналіз існуючої практики мотивації креативної діяльності персоналу дав змогу розділити всі підходи на дві групи, які принципово відрізняються: пер-

ший напрям спрямований на заохочення працівників до прояву креативності шляхом створення сприятливих зовнішніх умов праці (матеріальна та нематеріальна мотивація), другий – на безпосередній вплив на креативність за допомогою методів вирішення творчих завдань.

Практика свідчить, що з метою активного розвитку інноваційних ідей менеджери повинні створювати умови, в яких найповніше б розкрився творчий потенціал працівників. Для цього використовуються різні методи стимулювання творчої активності персоналу, а саме: методи прямого стимулювання – розмір заробітної плати, надбавки, премії, пільги та інші винагороди; непрямі методи – придбання акцій, оплата участі в наукових конференціях, право працювати над розробкою ідеї у робочий час тощо.

Для того, щоб правильно організувати процес розвитку креативності персоналу, керівник повинен провести аналіз існуючої ситуації. Відповідно до розробленої методики вона проводиться в три етапи: оцінка рівня розвитку торговельного підприємства, створення відповідної атмосфери, мотивація до творчості. На кожному з етапів керівник повинен вирішувати певне коло питань. Під час дослідження було виявлено, що для розвитку та стимулювання креативного мислення персоналу менеджер повинен давати йому свободу дій, стимулюючи до роботи шляхом уточнення кінцевої мети та значущості її виконання. Також він повинен стимулювати формування творчих рішень до виконання завдання з допомогою:

- 1) створення атмосфери відвертості та взаємодії, в якій підлеглі зможуть стимулювати один в одному більшу обізнаність і висунення ідей;
- 2) звільнення від зайвої владності та використання залежності підлеглих – традиційних схем управління;
- 3) стимулювання за рахунок матеріальних важелів;
- 4) врахування індивідуальних відмінностей, надання глибокої оцінки унікальним рисам характеру кожної особистості, її сильним і слабким сторонам;
- 5) забезпечення людей стимулювальною роботою, яка викликає почуття персонального та професійного росту.

Висновки. Отже, єдиним способом забезпечити успішний інноваційний розвиток торговельного підприємства є формування креативної діяльності персоналу, що постійно підтримуватиме творчий потенціал працівників. В організаціях із сильною креативною діяльністю формується інноваційне управління людськими ресурсами, відбувається гармонізація стосунків між учасниками інноваційного процесу, а також підтримується сприятливий інноваційний клімат. Від цього залежить здатність і готовність людини до творчості. Саме працівники, які володіють знаннями, компетенціями і навичками, а також здатністю до їхнього використання, становлять основний креативний стратегічний ресурс торговельного підприємства.

Література

1. Князь С.В. Креативний менеджмент : навч. посібн. / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, І.В. Литвин, Д.К. Зінкевич. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка". – 2010. – 124 с.
2. Князь С.В. Креативний потенціал підприємства як чинник формування інноваційних технологічних процесів : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, В.Й. Жежуха, Н.В. Савіцька. – Львів : Вид-во "Тріада плюс", 2012. – 464 с.

3. Лігоненко Л.О. Економіка торговельного підприємства: методика вирішення планово-економічних творчих задач : навч. посібн. / Л.О. Лігоненко, Л.В. Ключенок. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2005. – 295 с.

4. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : підручник [для студ. ВНЗ] / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К. : Вид-во "Хрещатик", 1999. – 800 с.

5. Процак К.В. Креативність персоналу як важливий чинник інноваційного розвитку підприємства / К.В. Процак, О.П. Просович // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" : зб. наук.-техн. праць. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка". – 2011. – № 698. – С. 272- 276.

Данько Т.И., Яцушко И.А. Креативная деятельность персонала как перспектива инновационного развития торгового предприятия

Освещены теоретические основы креативности в системе инновационного развития торгового предприятия как одного из главных условий повышения его конкурентоспособности. Рассмотрены существующие подходы к изучению креативности персонала и элементы, способствующие развитию креативности персонала торгового предприятия. Сформулированы необходимые меры для стимулирования развития креативности и творческих способностей работников, выделены факторы, которые способствуют формированию креативной деятельности персонала, и важные условия успеха инновационной деятельности предприятия.

Ключевые слова: креативность, персонал, торговое предприятие, менеджер, мотивация, инновационная деятельность.

Dan'ko T.I., Yatsushko I.A. Creative Activity as a Staff Perspective of Innovative Development of the Trade Enterprise

Some theoretical foundations of creativity in the innovative system of the commercial enterprise as one of the main conditions for increasing its competitiveness are highlighted. Existing approaches to the study of staff creativity, and the elements that contribute to the development of commercial enterprise staff creativity, are studied. Some necessary measures to encourage the development of creativity and artistic abilities of employees are formulated. Some factors that contribute to the formation of staff creative activities that are important for success of innovative activity of commercial enterprise are defined.

Key words: creativity, staff, commercial enterprise, manager, motivation, innovation.

УДК 004.9:712.3

Доц. І.А. Зайцева, канд. біол. наук –
Дніпропетровський ДАЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ "КОМП'ЮТЕРНЕ ПРОЕКТУВАННЯ САДОВО-ПАРКОВИХ ОБ'ЄКТІВ" ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ "САДОВО-ПАРКОВЕ ГОСПОДАРСТВО"

Висвітлено особливості і запропоновано методику викладання дисципліни "Комп'ютерне проектування садово-паркових об'єктів" для студентів спеціальності "Садово-паркове господарство". Розглянуто ключові аспекти ефективного вивчення основ комп'ютерної графіки та обґрунтовано мінімальний перелік необхідних спеціалізованих програм для набуття практичних навичок із проектування садово-паркових об'єктів і ландшафтного дизайну. Структура дисципліни містить два змістовних модулі: "Основи комп'ютерної графіки" і "Використання спеціалізованих комп'ютерних програм для проектування садово-паркових об'єктів" по десять лабораторних занять кожний. Перший модуль націлений на вивчення загальних теоретичних засад створення графічних об'єктів на комп'ютері, задачею другого є цільова орієнтація студентів у інформаційному просторі комп'ютерних програм і технологій, які спеціально створені для проектування об'єктів садово-паркового будівництва і ландшафтно-архітектури.

Ключові слова: вища освіта, комп'ютерна графіка, комп'ютерне проектування, садово-паркові об'єкти.