

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 331.102.312+159.072

ББК 65.29

**МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ****Л. П. Васюченко**

vasuchonok@bntu.by

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

Ввиду высокой значимости инноваций в современном обществе субъекты экономической деятельности не могут зависеть от творческих озарений выдающихся личностей. Творчество должно превратиться в устойчивый ресурс возрастания стоимости. В статье рассмотрены три современные методики структурирования и оценки творческого потенциала персонала для инновационных целей: инновативно-адаптивный подход М. Киртона, профиль творческого решения проблем М. Басадура и концепция смешанных стилей Дж. Пуччио.

Ключевые слова: творчество, креативность, творческий стиль, предпочтения, проблема, оценка, Kirton Adaption-Innovation Inventory, Simplex Creative Problem Solving Process, FourSight.

Введение. Конкурентоспособность, коммерческий успех компаний, организаций, стран, отдельных субъектов и их объединений в значительной степени зависит от способности создавать новые продукты, идеи и процессы, быстро использовать инновации. Общеизвестно, что творчество лежит в основе инновационной деятельности, а новаторство является атрибутом любой инновации на всех стадиях ее реализации. Ввиду высокой значимости инноваций в современном обществе субъекты экономической деятельности не могут рассчитывать только на идеи, витающие в воздухе, не могут зависеть от творческих озарений выдающихся личностей. Творчество должно превратиться в экономический ресурс. Термин ресурс появился в начале XVII века, «происходит от франц. ressource «вспомогательное средство», из resourdre «подниматься», далее из resurgere «распрямляться, подниматься», далее из re- «обратно; опять, снова; против» + surgere (subrigere) «распрямляться, подниматься», далее из sub- «под, ниже» + regere «управлять, направлять; исправлять» (восходит к праиндоевр. reg- «выпрямлять») [1, с. 32]. Этимологически ресурс – это то, что поднимается снова, встает еще раз, возобновляется и воспроизводится, «выпрямляется» и управляется в соответствии с какой-то целью. Под ресурсом нами понимается качественная и количественная мера возможности выполнения какой-либо деятельности, набор характеристик некоторых (внешних по отношению к поставленной цели) условий, позволяющий с помощью определенных преобразований получить желаемый результат. Чтобы превратиться в ресурс, творчество должно быть вычленено из окружающей (в данном случае человеческой) природы, структурировано и подготовлено для устойчивого достижения соответствующих инновационных целей.

На первый взгляд, постановка задачи выглядит неразрешимой. Необходимо отделить от субъекта его творческие способности, качественно и количественно оценить, подвергнуть целенаправленному преобразованию, увязать с таким же образом структурированными способностями других людей и организовать эффективное использование этого воспроизводимого ресурса на различных этапах инновационного процесса. И сделать все это надо в отношении качеств, которые по сути своей предполагают создание того, чего еще нет и, возможно, никогда не было. Тем не менее, современная экономическая наука

некоторым образом решает эту задачу. В предисловии к книге А. Долгина «Экономика символического обмена» доктор экономических наук А. Аузан, отмечая достоинства работы, пишет: «Еще один любопытный посыл – попытка работать с когнитивными и временными ресурсами человека наряду с традиционными ресурсами, которыми оперирует экономика. Сегодня они плохо учитываются и, как следствие, не лучшим образом используются. На первый взгляд, эта идея несбыточна. *Однако экономика давно оперирует множеством плохо считаемых ресурсов (курсив мой – Л. В.)*. Вообще все ресурсы, кроме денег, до сих пор непонятно как считаются. Вводится какое-нибудь условное топливо, условный уголь, условный хлеб – с этими понятиями германское министерство экономики стало работать еще в 1930-х годах. А сейчас мы имеем дело с гораздо более тонкими и трудноуловимыми субстанциями. Взять хотя бы трансакционные издержки. Разобрать, из чего они состоят – задача не из легких даже применительно к обычной фирме. Что уж говорить про сферу культуры. Но в принципе, можно посчитать и потери времени от стояния в очередях к чиновникам топ-менеджеров предприятий, и от зряшного просмотра кинофильма. Разумеется, они разные у разных людей в зависимости от их уровня дохода и самооценки, вернее от того, как человек оценивает час своего времени. Экономика давным-давно ввела в оборот плохо считаемые ресурсы. И это нормально, поскольку эпоха абсолютной рациональности и отраслевого разделения наук прошла. Веками это работало, а теперь стало сбоить, и нужно искать что-то новое» [2, с. 6–7].

Результаты и их обсуждение. Феномен творчества всегда являлся объектом пристального внимания философов, ученых, создателей произведений искусства, изобретателей, а в последние десятилетия стал активно изучаться экономистами, предпринимателями, управленцами. Творчество чрезвычайно разнообразно, определений его существует около сотни (как и определений инновации). Долгое время творчество изучалось лишь как психологическое явление, индивидуальный, личностный, субъективный феномен. С точки зрения запросов экономических организаций, их менеджмента и собственников, бизнеса в целом творческая деятельность до последней трети XX века практически не исследовалась. В последнее время появилось много работ, в которых пропагандируется идея о творческой деятельности как основном факторе роста конкурентоспособности организации. Исследования сосредоточены на выявлении творческого потенциала сотрудников, индивидуальных и организационных аспектах его реализации, в них предлагаются новые методы организации, стимулирования и контроля творческой деятельности. Количество публикаций по темам, связанным с творчеством, все увеличивается, но очевидный разрыв между теорией и потребностями практики в организации творчества как бизнес-процесса остается.

До сих пор в представлениях о творчестве присутствует идеализированное и мистическое отношение к феномену, истоки которого были заложены тысячелетия назад. Хотя в XX веке романтический подход к творчеству и возвышенное отношение к нему были значительно потеснены научными исследованиями, произошли фактически революционные изменения в менеджменте творчества, скепсис в отношении экономической оценки, управления, прогнозирования, регулирования, нормирования творческих процессов не преодолен. Мифы о творчестве пока еще достаточно сильны, что препятствует эффективной реализации его инновационного потенциала. Научные исследования творчества показали его многообразие, противоречивость, неоднозначность, побуждали к более глубокому анализу различных аспектов. Но став предметом науки, творчество не просто перестало быть сакральным, оно было сведено разными отраслями научного знания к отдельным свойствам – психологической или физиологической реакции организма, компенсации социальной неудовлетворенности, познанию и т. д. При научном подходе феномен распадался.

Прагматический подход к творчеству разрабатывался авторами методов поиска и генерации инновационных идей, которые активно используются в современной изоб-

ретательской деятельности. Мозговая атака Алекса Осборна, метод стимулирования воображения Уильяма Гордона и Джорджа Принса, всесторонний подход Эдуарда Де Боно, метод ментальных карт Тони Бьюзена, теория решения изобретательских задач Г. С. Альтшуллера и многие другие показали высокую результативность (рост творческих решений), что свидетельствует в пользу адекватности лежащих в их основе идей. Творчеством здесь считается решение уникальных проблем, разработка новых и усовершенствованных продуктов, услуг, процессов, создание оригинальных перспектив и новых алгоритмов ведения бизнеса. Творческим признается как более эффективное решение давно известной задачи, так и новый способ решения прежде неразрешимой или неизвестной проблемы. Прагматический подход объединяет три образующих суть творчества черты – новизну, полезность и эффективность. Проявления каждой из них обильны и разнообразны, что и служит основой многочисленных определений творчества как создания нового, как генерации новых ценностей, как деятельности, в результате которой появляется новый социально значимый продукт и т. д. Тем не менее, в разных определениях творчества так или иначе отражаются три основные группы его характеристик: оригинальность, общественное признание и совершенство исполнения.

Разработчики методов творческого решения практических проблем создавали свой инструментарий на основе синтетической трактовки творчества (возможно, не осознавая этого факта). Научные дисциплины при исследовании творчества рассматривают в большей мере либо его личностную природу, либо социальный контекст. В первом случае творчеством признается новое, ценное и совершенное для конкретного индивида, а во втором – новое, значимое и эффективное для разных социальных групп и общества в целом. Были предприняты попытки (подвергающиеся критике) разделить индивидуальные и социальные аспекты творчества. И. Н. Дубина в работе «Творческие решения в управлении и бизнесе» пишет: «Для обозначения сферы "субъектно-значимой новизны" (т. е. субъектно-личностного феномена творчества) предложено использовать понятие "креативность", которое уже достаточно прочно закрепилось в российской литературе по проблематике творчества. Это понятие характеризует способность субъекта генерировать субъективно значимо новую идею (новое решение проблемы, новый метод или новое устройство, новый художественный образ и т. п.) независимо от присутствия (или отсутствия) создаваемого в социально культурном окружении. Соответствующие значения имеют производные термины "креативный процесс", "креативный продукт" и т. п. Понятие "творчество" предложено рассматривать как более общее понятие (включающее в себя, в том числе креативность), отражающее помимо субъективных моментов и процесс взаимодействия новизны, порождаемой субъектом деятельности, с существующим социокультурным контекстом. Это понятие связано с образованием *социально-культурной* новизны и значимости. Таким образом, в творчестве и креативности присутствует момент оценки созданного и создаваемого. В творчестве – это оценка со стороны других, в креативности – по меньшей мере самооценка, однако психологические концепции часто исключают из рассмотрения креативности субъективную оценку нового результата, фокусируя внимание на процессе возникновения нового» [3, с. 21–22].

Современная психология трактует креативность как предикат человека, как характеристику его естественного состояния. Она является частью общего генетического наследия человечества, присуща всем психически здоровым людям, может развиваться и подавляться и к применению в конкретных целях должна быть подготовлена. Современная педагогика также отказалась от положения, согласно которому новое могут создавать только некоторые, особенно талантливые люди. Обучение методам поиска и генерации творческих идей показало, что способности к творчеству развиваются при соответствующей тренировке. Являясь универсальным свойством человека, креативность имеет разные количественные и качественные параметры и у разных людей и на разных

этапах развития одной личности. Для определения этих параметров начали разрабатываться сначала методы оценки количественной степени выраженности креативных способностей, а затем оценки качественных различий. При этом оценка уровня креативности строится как относительная, т. е. как определение степени креативности, а от оценки качественных различий ожидается ответ на вопрос, в каких фазах и сферах творческого процесса креативные способности данного субъекта проявляются в наилучшей степени.

Существует два основных психологических подхода к оценке уровня креативности. В рамках первого применяются специализированные тесты, в которых определяется преимущественно так называемая дивергентная продуктивность – способность генерировать необычные идеи вне зависимости от степени их реализуемости. Вторым подходом построено на решении специальных творческих заданий и оценки предложенных ответов испытуемым. Оба подхода имеют ряд методологических изъянов, к которым критики методов относят субъективность в способах оценки, искусственность постановки задач, узость критериев оценки креативности (например, степень отклонения от предложений большинства). Кроме того, эти методики весьма трудоемки, ориентированы на выявление творческих способностей прежде всего у детей и оценивают индивидуальную креативность. Поэтому собственно психологические методы оценки уровня творческого потенциала персонала организации не получили широкого применения в хозяйственной практике.

В последние десятилетия развиваются и активно используются бизнесом методы определения творческих стилей. Стили творчества определяют предпочтения людей при решении проблем (*their problem-solving preferences*). Одни субъекты фонтанируют идеями, не заботясь об их практической реализации, другие предлагают исключительно осуществимые проекты, хотя они не обязательно абсолютно новые, третьи концентрируются на доведении до совершенства разрабатываемых продуктов. Стилль творчества – комплексная характеристика личного, персонального подхода человека к решению нетривиальных задач, который ему присущ. Концепция творческих стилей опирается на прагматическую трактовку творчества, с его базовыми характеристиками в виде новизны, полезности и эффективности.

Концепция творческих стилей разрабатывается, прежде всего, для создания коллективов, успешно работающих над инновационными проектами, в ходе которых решаются очень разные проблемы. Это и генерация новых идей, и адаптация новшеств к потребностям рынка и возможностям производства, и совершенство исполнения, и продвижение. На каждом этапе инновационного процесса необходимы творческие решения и люди со способностями, адекватными возникающим задачам. Стили решения проблем разные, но в инновационном процессе равно значимые, поэтому в эффективную команду должны входить люди с разными стилями творчества. Необходимо определять потенциал членов группы, развивать его в нужном направлении и обеспечить применение их способностей.

Вторым направлением применения концепции творческих стилей является дифференциация обучения приемам и методам решения нестандартных задач людей с разными стилями. Программы тренингов развития креативности персонала должны быть оптимизированы на основе определения творческих стилей. Для одних стилей будут более продуктивны занятия по развитию мышления, другим необходимо обучение методам оценки эффективности решений, для третьих очень полезно изменить отношение к нововведениям.

Наиболее разработанными, признанными и практически применяющимися в настоящее время являются три основных методики идентификации стилей творчества: инновативно-адаптивный инвентарий М. Киртона, профиль творческого решения проблем М. Басадура и концепция смешанных стилей Дж. Пуччио. Все эти средства не определяют уровень креативности человека, а пытаются классифицировать и количественно оценить предпочтительные действия субъектов при решении инновационных задач.

Инновативно-адаптивный инвентарий Майкла Киртона (Kirton Adaption-Innovation Inventory – КАИ) основан на его адаптационно-инновационной теории, определяющей различия в стиле мышления людей, с особым акцентом на креативность, способ определения проблем и характер предлагаемых решений [4]. «М. Кертон постулировал и экспериментально доказал, что люди реализуют свои творческие способности и решают нестандартные проблемы по-разному: в диапазоне от адаптации уже существующих решений к новым условиям до радикального изменения (инновации). Эти стили он назвал адаптивным (adaptive) и инновативным (innovative)... Адапторы и инноваторы по-разному относятся к поставленной проблеме. Адапторы склонны принимать проблему как она есть, со всеми существующими ограничениями. Инноваторы склонны к изменению заданной формулировки проблемы. Адапторы предпочитают более релевантные и приемлемые решения, которые относительно легко реализовать (стремятся "сделать лучше"). Инноваторы предлагают много идей, не очевидно приемлемых для решения проблемы (стараяются "сделать по-другому"). Адапторы и инноваторы по-разному используют информацию при решении проблемы. Адапторы предпочитают включать новые данные в существующую структуру (контекст) задачи, а инноваторы используют новые данные для изменения существующей структуры и парадигмы» [3, с. 133, 134].

Адапторы показывают лучшие результаты в обычных условия работы компании, инноваторы эффективнее в непредсказуемых ситуациях. Для долгой и успешной жизни организации необходимы и те, и другие. Чем однороднее персонал организации с точки зрения когнитивных стилей, тем ниже перспективы группы по поиску оригинальных решений, тем хуже коллектив адаптирован к непредвиденным изменениям. Но если творческие стили сотрудников противоположны, продуктивность коллективной работы снижается, совместное творчество встречается с серьезными препятствиями, необходимы дополнительные усилия для их преодоления. Примечательно, что согласно Киртону и его последователям, стиль творчества очень устойчив – он не изменяется с возрастом, опытом, квалификацией или социальной позицией. «В рамках этой теории индивидуальный стиль решения проблем не меняется со временем или с возрастом (Buttner & Gryskiewicz, 1993). Адапторы и новаторы проявляют разные взгляды, это может быть как положительным, так и отрицательным для организации (Kubes, 1998). Какая-то одна из этих характеристик является более естественной для конкретного человека (Buttner & Gryskiewicz). Каждый может изобразить атрибуты противоположного стиля как способ совладать с ситуацией, но в конечном итоге вернется к предпочтительному стилю (Киртон, 2003). Эта теория способствует тому, что ключ к эффективному сотрудничеству находится в понимании когнитивного стиля каждого человека и совместной работы с кем-то другого стиля для баланса (Meneely & Portillo, 2005)»¹ [5, с. 69].

Для определения творческих стилей М. Киртон разработал специальный инструментарий – Kirton Adaption-Innovation Inventory или КАИ. КАИ состоит из шкалы, анкеты и алгоритмов обработки ответов анкетированных субъектов. Первая часть конструкции представляет собой шкалу с диапазоном оценок от 32 до 160, где стиль оценивается как преимущественно адаптивный при значениях до 100 относительных единиц и как преимущественно инновативный при значениях выше 100 единиц. Значения единиц стиля формируются на сравнительной основе, то есть они относительны. Более высокие значе-

¹ Within this theory, the individual's problem-solving style does not change over time or with age (Buttner & Gryskiewicz, 1993). Adaptors and innovators each exhibit different attitudes that can be either positive or negative for the organization (Kubes, 1998). One set of these characteristics comes more natural for each person (Buttner & Gryskiewicz). Everyone can portray attributes of his or her opposite style as a coping mechanism, but will eventually return to the preferred style (Kirton, 2003). This theory promotes that a key to effective collaboration is in understanding each person's cognitive style and working along side someone of the other style for balance (Meneely & Portillo, 2005).

ния не свидетельствуют о «лучших» творческих способностях, они говорят лишь о предпочтениях. Основная шкала КАИ дополнена тремя вспомогательными шкалами оценки оригинальности, эффективности и согласованности, в полном соответствии с тремя отмеченными выше основными группами характеристик творчества. Вторая часть КАИ – это анкета с 33 основными вопросами (есть и дополнительные), а третьей частью служит особый алгоритм обработки ответов. За пятьдесят лет активного тестирования и применения КАИ подтвердила достоверность формируемых оценок. Исследования М. Киртона показали, что стиль примерно двух третей всех респондентов находится в интервале от 70 до 120 в единицах его шкалы.

В 1995 г. были проведены эксперименты по оценке различий в творческих подходах мужчин и женщин – менеджеров проектов. Они показали, что инновационные оценки КАИ у женщин были неизменно выше, чем у мужчин. Автор работы Таллетт считает, что это связано с необходимостью женщин демонстрировать более высокий уровень креативности для лидерства. Он особо подчеркивает необходимость понимания нюансов культуры и ценности познавательного стиля каждого человека независимо от пола. Были проведены эмпирические исследования для сравнения оценок КАИ менеджеров из Великобритании, Австралии и США. Результаты показали аналогичный общий балл КАИ для менеджеров из каждой страны. Интересно, однако, что они выявили потребность в «фасилитаторах» для создания эффективных команд. Этими фасилитаторами являются люди, которые получили средний балл в инвентории КАИ. В более успешных командах эти «связующие сотрудники» обеспечивают коммуникацию между адапторами и новаторами. Аналогичные баллы по КАИ получили менеджеры словацких, итальянских и американских компаний. Применяя КАИ в различных организациях, исследователь (Kubes) особо подчеркнул, что методика эффективна при переходе через культурные границы [5, с. 73]. Эксперименты показали различия в оценках когнитивных стилей людей разных профессий и средних показателей КАИ по гендерному признаку. Мужчины (их КАИ составил около 98 единиц по шкале Киртона) были ближе к новаторам, женщины (КАИ около 91) – к адапторам.

Профиль творческого решения проблем Мина Басадур (Creative Problem Solving Inventory), созданный после инновативно-адаптивного инвенторя Майкла Киртона, опирается на авторскую трактовку творческого процесса. В статье 1990 г. Басадур, Грен и Вакабаяси представили организационные инновации как непрерывный, динамичный, круговой процесс из четырех стадий. На стадии генерации происходит обнаружение хороших проблем, намеренный поиск новых возможностей и рассмотрение неудовлетворительных ситуаций как «золотых яиц». На стадии концептуализации эти проблемы определяются, кристаллизуются, складывается понимание ключевой задачи. Стадия оптимизации обеспечивает разработку новых решений, а реализация претворяет их в жизнь. Авторы затем разделили четыре этапа на восемь меньших шагов. Каждый шаг содержит дивергентные и конвергентные мини-процессы, называемые ideation-evaluation (производство идеи – оценка идеи).

В соответствии со структурой творческого процесса М. Басадур определил четыре стиля творчества – инициатор, концептуализатор, оптимизатор и реализатор, назвав их доминирующими. Инициатор (Generator) «открывает» творческий процесс, лучше других ощущает проблемную ситуацию, способен сделать проблему очевидной, сформулировать и переформулировать. Он отлично ориентируется в информации по проблеме, ищет принципиальное решение в разных направлениях, мало заботясь о подробностях. Концептуализатор (Conceptualize) строит систему из множества идей, увязывает разные подходы. Он мыслит и ассоциативно и абстрактно, предлагает логически стройные целостные теоретические конструкции, но не интересуется практической стороной создаваемых моделей. Оптимизатор (Optimizer) с выраженными аналитическими способностями оценивает выдвинутые идеи, оптимизирует и превращает их

в практически осуществимые проекты. Реализатор (Implementor) лучше всех воплощает новые замыслы, ориентирован на практический результат, готов идти на риск, следует методу «проб и ошибок».

Методика Басадура кроме описания стилей тоже содержит анкету, алгоритм обработки ответов и графический инструментарий для построения визуальной характеристики субъекта. Анкета представляет собой перечень слов, которые ранжируются респондентом в соответствии с его подходом к проблеме. График, который строят по результатам обработки анкеты, позволяет наглядно представить структуру творческих способностей человека. Он выглядит как множество треугольников, каждый из которых показывает степень проявления соответствующего стиля. Поэтому модель и получила название Simplex Creative Problem Solving Process – симплекс Басадура [6].

Труды Алекса Осборна и Майкла Киртона послужили основанием для концепции смешанных стилей Джерарда Пуччио. Он предположил, что у человека может быть несколько в разной степени выраженных творческих стилей. Для их определения Дж. Пуччио разработал собственную систему FourSight (четыре точки зрения). Как отмечает сам автор, «FourSight был создан, чтобы определить, как люди взаимодействуют с творческим процессом» [7]. В FourSight исследуются четыре доминирующих и одиннадцать смешанных стилей как комбинации доминирующих. Основные стили представлены постановщиком (от clarify – уточнять, просветлять), генератором (ideator – как речевая конструкция для производителя идей), разработчиком (от develop – развивать, конструировать, совершенствовать) и внедренцем (от implement – осуществлять, претворять в жизнь). Постановщик концентрируется на прояснении проблемной ситуации, осторожен в ее оценке, предпочитает организованный поиск, системно подходит к постановке задачи и ее решению. Детально анализирует информацию, стремится к точным определениям, серьезен, методичен, организован. Но его чрезмерная фиксация на внесении ясности в проблему тормозит продвижение творческой команды. Генератор идей видит проблему глобально, свободно творит, используя не только хорошее логическое мышление, но и развитое воображение и глубокую интуицию. Он абстрагируется от деталей, легко создает все новые теоретические конструкции, независим, адаптивен. Но быстрая смена не достаточно проработанных идей, далеких от практического воплощения, дезорганизует работу команды. Разработчик идеален при проверке предложенных решений, незаменим в адаптации их запросам практики, в организации реального воплощения идей. Он прагматичен, последователен, осторожен. Но привязанность к одному единственно верному решению и излишний прагматизм – отрицательные черты стиля. Внедренец нацелен на практические результаты проекта, стремится быстрее воплотить идею, даже не особенно проработанную, с неясными перспективами, настойчив, целеустремлен, напорист. Опрометчивость, нетерпимость, завышенная самооценка являются недостатками этого стиля.

Дж. Пуччио считает, что у сотрудника не обязательно преобладает только один стиль. Их сочетания образуют смешанные стили, например, Early Bird – сильный постановщик и генератор – ранняя птичка, Analyst – сильный постановщик и разработчик – аналитик, Accelerator – сильный постановщик и сильный внедренец – ускоритель, Integrator – равно выражены все стили – интегратор и т. д. [8]. В методику FourSight, позволяющую дифференцировать названные выше стили, входит анкета, регламент обработки ответов и интерпретации результатов. Анкета представляет собой набор суждений, с которыми респонденты должны согласиться или нет, поставив оценку по определенной шкале. Первая версия методики содержала 87 вопросов-утверждений. После 12 лет работы над FourSight, который был за это время проверен в сотнях экспериментов, в версии 6.1 Дж. Пуччио оставил 36 пунктов анкеты – по 9 на каждый доминирующий стиль. Результаты определения стилей сотрудников представляются графически, затем интегрируются в творческий профиль коллектива.

Выводы. Все описанные выше методики оценки творческого потенциала персонала организации являются не только теоретическими конструкциями. Они практически применялись, и результаты, полученные при их использовании, были верифицированы и валидированы в полевых испытаниях. Как отмечает Н. И. Дубина, «наиболее обширная статистико-эмпирическая база – у инструмента KAI, который используется уже около 30 лет. Значительно меньшее распространение получил симплекс Басадура, хотя он был разработан еще в 1980-х гг. и проходил тестирование на выборках, суммарная численность которых составляет несколько сотен респондентов. Хорошие перспективы практического использования имеет Foursight, несмотря на то, что на рынке консалтинго-тренинговых услуг он появился всего около 5 лет назад. Foursight построен на базе серьезных теоретических и методологических разработок и тщательно проведенных эмпирических исследований» [3, с. 146]. FourSight применяют Амазон, IBM, Дисней, Гугл, Крафт, Найк, Хьюлетт-Паккард, Кока-Кола, Интел, Дженерал Моторз, Файзер, СВС, ВВС, Американское онкологическое общество, Джонсон и Джонсон, USBank, Университет штата Нью-Йорк и многие другие [9]. Хотя в цитированной выше работе Н. И. Дубина пишет, что «специальной проверки сопоставимости результатов использования трех основных инструментов (KAI, Basadur Simplex и Foursight) не проводилось» [3, с. 147], в одной из упоминавшихся нами работ Дж. Пуччио представлено сравнение этих и некоторых других, менее распространенных методик. Дж. Пуччио показал сходство результатов по KAI и FourSight и содержательное отличие FourSight от симплекса Басадура [7]. Все три методики используются как реальные средства производства, работают в качестве инструментов при проведении оценки творческого персонала организации на платной основе.

Разработчики методик, осознают они это или нет, при создании своих инструментов опираются на фундаментальную парадигму товарного хозяйства. Применение принципов абстрактной эквивалентности, комбинаторики и виртуального исчисления [10] к структурированию феномена творчества превращает его в ресурс возрастания стоимости. Возможно, пока инструментарий не совершенен и выглядит умозрительно. Но и деление активов на основные и оборотные, и многочисленные классификации затрат, и способы оценки эффективности и многие другие тривиальные сегодня методические подходы и приемы управления экономическим развитием когда-то воспринимались именно так.

Список использованных источников

1. Захарченко, О. В. Лексика делового общения : опыт составления словаря [Электронный ресурс] / О. В. Захарченко // Народная асвета. – 2014. – № 12. Электронная дадатка до артыкулаў за 2014 год. – Режим доступа : www.n-asveta.by. – Дата доступа : 09.03.2020.
2. Долгин, А. Б. Экономика символического обмена / А. Б. Долгин. – 2-е изд., доп. – М. : «Прагматика Культуры». Институт экономики культуры, 2007. – 640 с.
3. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе / И. Н. Дубина – 2-е изд. испр. и доп. – М. : Юрайт; 2018. – 372 с.
4. Kirton, M. J. Adaptors and Innovators – Why New Initiatives Get Blocked // Long Range Planning Volume 17, Issue 2, April 1984. Pages 137–143. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sciencedirect.com>. – Дата доступа : 09.03.2020.
5. Kirton's Adaption-Innovation Theory : Managing Cognitive Styles in Times of Diversity and Change Jake Stum Regent University // Emerging Leadership Journeys. – Vol. 2. – Iss. 1, 2009. – pp. 66–78. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://pdfs.semanticscholar.org> – Дата доступа : 01.03.2020.
6. Basadur, M., Head, M. Team Performance and Satisfaction: A Link to Cognitive Style Within a Process Framework, Journal of Creative Behavior. – 2001. – № 35 (4). – Pp. 227–248. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://macsphere.mcmaster.ca> – Дата доступа : 12.03.2020.
7. Gerard J. Puccio. FS Tech Manual Test. 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cdn.shopify.com>. – Дата доступа : 01.03.2020.

8. Discover Your Thinking Profile [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.hcea.org>. – Дата доступа : 04.03.2020.

9. FourSight [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://foursightonline.com> – Дата доступа : 05.03.2020.

10. Бодрийяр Ж. К критике политической экономики знака / Ж. Бодрийяр. – пер. с фр. Д. Кралечкин. – М. : Академический Проект, 2007. – 335 с.

Статья поступила в редакцию 12 марта 2020 года

THE METHODS FOR THE CREATIVE CAPACITY OF ORGANIZATION'S PERSONNEL EVALUATION

L. P. Vasiuchonak

vasuchonok@bntu.by

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department «Economics and Law»
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

In view of the high importance of innovations in modern society, subjects of economic activity can not depend on the creative insights of outstanding personalities. Creativity has to become a sustainable resource of value increase. Three modern methods of structuring and assessing the creative capacity of personnel for innovative goals are considered in the article: the innovative-adaptive approach of M. Kirton, the profile of creative solutions to the problems of M. Basadur and the concept of mixed styles by J. Puccio.

Keywords: creation, creativity, creativity style, preferences, problem, assessment, Kirton Adaption-Innovation Inventory, Simplex Creative Problem Solving Process, FourSight.

References

1. Zakharchenko, O. V. Leksika delovogo obshcheniya : opyt sostavleniya slovarya [Elektronnyi resurs] / O. V. Zakharchenko // Narodnaya asveta. – 2014. – № 12. – Rezhim dostupa : <https://www.n-asveta.by>. – Data dostupa : 09.03.2020.

2. Dolgin, A. B. Ekonomika simvolicheskogo obmena / A. B. Dolgin. – 2-e izd., dop. – M. : «Pragmatika Kul'tury». Institut ekonomiki kul'tury, 2007. – 640 s.

3. Dubina, I. N. Tvorcheskie resheniya v upravlenii i biznese / I. N. Dubina ; rets. V. I. Belyaev, G. M. Mrktchyan. – 2-e izd., ispr. i dop. – M. : Yurait, 2018. – 372 s.

4. Kirton, M. J. Adaptors and Innovators – Why New Initiatives Get Blocked / [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.sciencedirect.com>. – Data dostupa : 09.03.2020.

5. Kirton's Adaption-Innovation Theory: Managing Cognitive Styles in Times of Diversity and Change Jake Stum Regent University // Emerging Leadership Journeys [Elektronnyi

resurs]. – Rezhim dostupa : <https://pdfs.semanticscholar.org> – Data dostupa : 01.03.2020.

6. Basadur, M., Head, M. Team Performance and Satisfaction : A Link to Cognitive Style Within a Process Framework, Journal of Creative Behavior. – 2001. – № 35 (4). – Pp. 227–248. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa : <https://macsphere.mcmaster.ca>. – Data dostupa : 12.03.2020.

7. Gerard J. Puccio. FS Tech Manual Test. 2002. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa : <https://cdn.shopify.com> – Data dostupa : 01.03.2020.

8. Discover Your Thinking Profile [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.hcea.org>. – Data dostupa : 04.03.2020.

9. FourSight [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa : <https://foursightonline.com>. – Data dostupa : 05.03.2020.

10. Bodriiyar Zh. K kritike politicheskoi ehkonomii znaka / Zh. Bodriiyar; per. s fr. D. Kralechkin. – M. : Akademicheskii Proekt, 2007. – 335 s.