

## **КРЕАТИВНОСТЬ СОТРУДНИКОВ, КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Падалка Юлия Александровна**

студент, Северо-Кавказский Федеральный Университет, РФ, г. Ставрополь

**Малакеева Маргарита Александровна**

студент, Северо-Кавказский Федеральный Университет, РФ, г. Ставрополь

**Журавель Виталий Федорович**

научный руководитель, д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента, Северо-Кавказский Федеральный Университет, РФ, г. Ставрополь

Прежде чем рассматривать проблематику креативности, как фактора эффективности проектной деятельности, необходимо обратить внимание на роль креативности в современной экономике. В данном контексте важно отметить, что современная экономика представляет собой постоянно видоизменяющуюся систему, в которой наибольшую роль играет платежеспособный спрос [1,2]. На фоне кризисных тенденций, платежеспособный спрос постоянно падает, что вынуждает компании прибегать к нестандартным мерам выживания, например управлению поведением потребителей, созданию новых рынков, производству инновационных продуктов и т.п [3]. Примером может служить создание спиннеров, которые мгновенно оказались в фокусе внимания потребителей.

Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что современная экономика выстраивается вокруг инноваций, которые в свою очередь базируются на креативных и нестандартных решениях. Именно данный факт, с точки зрения А.А. Степанова позволяет называть современную экономику «креативной экономикой» [5].

Креативность в первую очередь важна в тех сферах деятельности, где требуется постоянное создание нового, на фоне постоянно меняющихся условий, в связи с чем, можно предположить особую значимость креативности в проектной деятельности. Особенно это касается проектов инновационного характера, связанных с маркетингом, рекламой, поскольку в данных сферах креативность фактически тождественна результативности. В подтверждение данному тезису можно привести работы Д. Хокинза, который на богатом статистическом материале доказал взаимосвязь уровня развития креативности с успешностью деятельности в рекламе, маркетинге, инновационном и высокотехнологичном производстве [6]. Однако, потребность в креативности в иных сферах проектной деятельности, например технической поддержке, логистике, продажах часто ставится под сомнение. Многие руководители и даже отдельные члены научного сообщества считают, что подобные направления проектной деятельности не требуют от сотрудников развитой креативности, более чем достаточно креативного управления, применения современных управленческих шаблонов и т.п.

Для того чтобы аргументировать утверждение о том, что креативность сотрудников является необходимым атрибутом любой проектной деятельности и во многом обуславливает ее эффективности автором было проведено эмпирическое исследование на базе проектного отдела ПАО «Ростелеком». В исследовании приняли участие 20 работников, 10 из которых участвовали в программе повышения квалификации, в содержание которой входила обширная тренинговая программа, тренинги мотивации, креативности, личностного роста. Тем самым, участники данной программы составили экспериментальную группу (ЭГ), остальные 10

участников – контрольную группу (КГ). В ходе проведения исследования отдел занимался оптимизацией работы технической поддержки, все проекты так или иначе были направлены на решение задач из данного спектра.

Для анализа заявленной проблематики использовалась комплексная диагностика в совокупности с методом фокус-групп. Исследовались такие параметры как креативность (методика Е. Торренса), эффективность решения профессиональных задач, статистический анализ эффективности проектной деятельности (на основании корреляционного анализа, критерии Вилконсона-Мана-Уитни и Марша). В качестве данных корреляционного анализа использовались данные мониторинга и СРІ сотрудников, экспертная оценка их деятельности и оценка эффективности проектов, степень их влияния на оптимизацию работы технической поддержки.

Рассмотрим показатели, фиксируемые в ЭК и КГ до того, как испытуемые ЭГ приняли участие в программе повышения квалификации. Важно отметить, что показатели испытуемых находятся в пределах средних значений, с незначительным диапазоном отклонения по всем трем параметрам. Данные представлены в таблице 1, для удобства показатели рассматриваются в общей шкале значений, от 1 до 100, где 1 – 39 – низкий уровень, 40 – 70 – средний уровень, 71 – 100 – высокий уровень.

## Таблица 1.

### Показатели испытуемых на начальном этапе исследования

Параметры	ЭРПЗ	ЭПД	Общий уровень креа
ЭГ	58.4	60.7	55.4
КГ	56.2	61.3	58.3

*ЭРПЗ - эффективность решения профессиональных задач, ЭПД – эффективность проектной деятельности*

Как мы может заметить, показатели ЭГ и КГ почти идентичны. Для того, чтобы изначально показать значимость креативности для проектной деятельности, нами был сделан корреляционный анализ данных, представленный в таблице 2.

## Таблица 2.

### Результаты корреляционного анализа взаимосвязей креативности сотрудников с эффективностью решения профессиональных задач и эффективностью проектной деятельности

Параметры	ЭРПЗ	ЭПД
«общий показатель креативности»	0.65	0.6
«оригинальность»	0.61	0.5
«беглость»	0.74	0.7
«гибкость»	0.73	0.8
«разработанность»	0.79	0.8

«любопытность»	0.83	0.6
----------------	------	-----

$p \leq 0,05$ , ЭРПЗ - эффективность решения профессиональных задач, ЭПД - эффективность проектной деятельности

Данные корреляционного анализа позволяют свидетельствовать о высокой, значимой взаимосвязи между креативностью с эффективностью решения профессиональных задач и эффективностью проектной деятельности, при этом существенную глубину и силу взаимосвязей демонстрирует как общий показатель креативности, так и структурные компоненты креативности. Наибольшее значение при этом играет такой параметр, как разработанность, т.е. детализация объекта в мышлении испытуемого, на основании его представления, анализа и моделирования [4]. Важно отметить, что взаимосвязи, между параметрами крайне разветвленные, отсутствуют обратные взаимосвязи. Это позволяет констатировать существенную степень влияния креативности на проектную деятельность. Это подтверждается так же результатами итоговой диагностики, которые представлены в таблице 3.

## Таблица 3.

### Показатели испытуемых на заключительном этапе исследования

Параметры	ЭРПЗ	ЭПД	Общий уровень креа
ЭГ	75.5	78.6	74.2
КГ	57.4	61.2	58.6

ЭРПЗ - эффективность решения профессиональных задач, ЭПД - эффективность проектной деятельности

Анализ данных, представленных в таблице 3, позволяет сделать вывод о том, что с повышением уровня развития креативности испытуемых ЭГ, отмечается синхронный рост эффективности решения профессиональных задач и эффективности проектной деятельности. При этом факторный анализ показывает, что креативность в данном случае входит в генеральную совокупность, что исключает возможность того, что подобный результат вызван иными факторами. Результаты работы фокус-групп полностью подтверждают вышесказанное. На заключительном этапе отмечается уменьшение значимости ранее отмечаемых проблем, большая продуктивность деятельности испытуемых, самооценка эффективности их деятельности. При этом их проектная деятельность стала более эффективной как по количественным показателям, так и исходя из экспертных оценок. Одной из основных причин роста эффективности как испытуемые, так и отдел мониторинга, называют увеличение уровня развития креативности, активизацию дивергентного мышления.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что креативность сотрудников является важнейшим фактором эффективности проектной деятельности, решения профессиональных задач, роста профессионализма.

### Список литературы:

1. Бушуев С.Д., Бушуева Н.С. Управление проектами. Система знаний по формированию компетенции проектных менеджеров. - К.: Иридис. - 2006. - 312 с.

2. Товб А. С. Управление проектами: стандарты, методы, опыт / А. С. Товб, Г. Л. Ципес. — 2-е изд. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. — 240 с.
3. Разу М. Л. Управление проектами. Основы проектного управления / М. Л. Разу. — М.: КНОРУС, 2008—768 с.
4. Пономарева А.М. Креатив в коммуникационном маркетинге. Ростов-на-Дону: Изд-во Южного федерального университета, 2008. – 328 с. .
5. Степанов А.А., Савина М.В. и др. Человеческие ресурсы в креативной экономике (международная коллективная монография).- М.: 11 формат 2014.- 239 с.
6. Хокинс Д. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. пер. с англ. Перевод И. Щербакова.- М. Аврора. 2013 – 418 с.