

ности предприятия. В процессе планирования своей деятельности предприятие может столкнуться с проблемой, связанной с целесообразностью принятия отдельных заказов, не включенных в планы производства. Важной составляющей выживания предприятия в условиях рынка является возможность быстрого реагирования на изменившиеся условия. Освобождение производственных площадей позволит предприятию произвести дополнительный ввод мощностей с учетом новых заказов и новых плановых заданий по выпуску продукции.

Литература

1. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы: проект. – Минск, 2010.

О.А. Подольская, И.Н. Зинкевич
ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОСТИ ЛИЧНОСТИ

В современном мире в условиях глобальной конкуренции главным фактором экономического роста, развития, богатства и конкурентоспособности стран становится интеллектуальный капитал. «Новая» экономика, основанная на знаниях, интеллекте и передовых технологиях, становится основой основ современного общества. Знания являются ключевым экономическим ресурсом наций, компаний и людей. Но сегодня на первый план выходит не столько управление знаниями, сколько управление процессами создания новых знаний, эффективного их применения и обмена ими, что обуславливает высокую степень сотрудничества людей и осознание важности этих процессов. Поэтому основной целью деятельности любого предприятия, фирмы или бизнеса должна стать работа по созданию «инновационной личности».

Понятие «инновация» является сложным, многогранным и неоднозначным, и его трудно «свести» к простейшим явлениям человеческой и общественной жизни. Вследствие этого, в психологии термин «инновационность личности» в настоящее время встречается крайне редко. Безусловно, отдельные аспекты инновационного процесса, такие, например, как креативность, изучаются достаточно давно, но в некоторых работах инновационность рассматривается как специфический психический феномен. На наш взгляд, инновационный интеллект – это вид умственных способностей, который используется для достижения определенных целей и для создания чего-то нового и ранее неизвестного.

Инновационность личности не является базовой психологической компонентой (такой, например, как темперамент) и представляет собой определенную совокупность характерных черт. При оценке степени инновационности человека обязательно должна учитываться ситуационная компонента. При этом оценка инновационности личности распадается на две составляющие: статический и динамический индексы.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by

Статический индекс используется, когда у нас нет данных о функционировании человека в среде с определенными «предпосылками инновационности» (например, при приеме на работу). В такой ситуации индивид может быть оценен на основании соответствующих тестов. Так как определенных нормативных значений по результатам данных тестов нет, то индексы будут представлять собой рейтинги (например, потенциальных кандидатов) или должны быть отнесены к какой-то базе (напр., показателям «модели идеального инноватора»):

$$I = I_K + I_P + I_F + I_I,$$

где I – индекс инновационности личности; I_K – индекс креативности (например: креативные тесты Вильямса, тест дивергентного мышления Гилфорда, тесты творческого мышления Торренса); I_P – индекс профессиональности (тест, экзамен или собеседование для выявления профессиональных знаний и навыков); I_F – индекс прогностичности (тесты Л.А. Ретуш); I_I – индекс инициативности (комплексный тест профессиональных способностей Айзенка или любой тест на лидерство и общее эмоциональное состояние, например, цветовой тест Люшера).

Динамический индекс инновационности позволяет отследить изменение уровня инновационности личности во времени, сопоставить его изменение с полученными результатами и затратами (например, на повышение профессионально уровня):

$$I = \frac{I}{I_B} + \frac{R}{R_B} + \frac{Z_B}{Z},$$

где B – показатели базового периода; R – результаты деятельности (показатель не обязательно должен характеризовать именно инновационную деятельность индивида; он может быть выражен, например, в изменении объемов продаж или расширения клиентской базы для руководителя отдела маркетинга); Z – затраты изменения организационной среды и личное совершенствование (например, затраты на организацию доступа в интернет и на курсы пользователей ПК, на семинары, конференции и курсы повышения квалификации).

Практическая значимость представленной выше модели формирования инновационности личности заключается в том, чтобы:

- 1) выявить определенные личностные характеристики при решении нестандартных, нетривиальных задач в той или иной ситуации;
- 2) создать всевозможные условия для раскрытия таких характеристик при соответствующей организации функционирования хозяйствующего субъекта;
- 3) расширить функции управленческого персонала по подбору и ротации профессиональных кадров – перейти от теста, экзамена для выявления профессиональных знаний и навыков к целой системе тестов и программ для выявления в личности креативности, инициативности и прогностичности.

Литература

1. Машегов, Н.П. Моделирование оценки инновационности личности / Н.П. Машегов // Креативная экономика. – 2007. – № 2. – С. 77–83.