

МОРФОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КРЕАТИВНІСТЬ» ЯК ПІДҐРУНТЯ УТОЧНЕННЯ ПОНЯТТЯ «КРЕАТИВНІСТЬ НОВАТОРА»

THE MORPHOLOGICAL ANALYSIS OF ESSENCE OF CONCEPT «CREATIVITY» AS THE BASIS OF REFUSING OF THE CONCEPT «CREATIVITY OF THE NOVATOR»

Моїсеєнко А.С.

аспірант кафедри інформаційних систем,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Проведено аналіз наявних визначень креативності, виділено їх ключові ознаки. Досліджено міру подібності наявних трактувань за відображенням елементів креативності, що дало змогу з використанням морфологічного аналізу уточнити поняття креативності. Розглянуто теоретичні підходи до визначення сутності категорії «новатор», що дало змогу уточнити це поняття. На підґрунті проведеного аналізу виведено та запропоноване уточнене визначення сутності «креативність новатора».

Ключові слова: морфологічний аналіз, креативність, новація, нововведення, інновація, новатор, креативність новатора.

Проведен анализ существующих определений креативности, выделены их ключевые признаки. Исследована мера сходства существующих трактовок по отражению элементов креативности, что позволило с использованием морфологического анализа уточнить понятие креативности. Рассмотрены теоретические подходы к определению сущности категории «новатор», что позволило уточнить это понятие. На основе проведенного анализа выведено и предложено уточненное определение сущности «креативность новатора».

Ключевые слова: морфологический анализ, креативность, новация, нововведение, инновация, новатор, креативность новатора.

The existing definitions of creativity were analyzed and their key features were defined. Investigated similarity measures existing treatments to reveal the elements of creativity, which allowed using the morphological analysis to clarify the concept of creativity. The theoretical approaches to the definition of the essence of the category "novator" are considered, which made it possible to clarify this concept. On the basis of the analysis carried out and proposed a refined definition of the essence "creativity of the novator".

Keywords: morphological analysis, creativity, novation, novelty, innovation, novator, creativity of the novator.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний погляд на властивості креативної особистості та їх розвиток характеризується підвищенням інтересу та розширенням масштабів наукової зацікавленості. У зв'язку із цим великого значення набуває завдання визначення суті креативності в контексті інноваційного розвитку, а саме визначення поняття креативності новатора, оскільки нині, на жаль, не існує чіткого тлумачення цієї категорії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Розробленню теоретичних основ і методичних рекомендацій щодо питання креативності присвячено чимало

вітчизняних і зарубіжних публікацій. Основу для визначення теми та гіпотез цього дослідження заклали роботи Дж. Гілфорда, Е.П. Торренса, Д. Тейлора, Р. Флоріди, С. Мідника, Дж. Фельдхьюзена, Р. Стернберга, Г. Айзенка, А. Маслоу, К. Роджерса, Л.С. Виготського, О.М. Леонтьєва, Я.А. Пономарьова, С.Л. Рубінштейна, Н.М. Гнатко, Д.Б. Богоявленської, В.Н. Дружиніна, О.М. Ястремської та ін. Дослідженням сутності поняття «новатор» займалася незначна кількість науковців, зокрема Н.Е. Макарова, Й. Шумпетер, Е. Хаген, О.М. Ястремська. Віддаючи належне здобуткам науковців, присвячених цій тематиці, слід відзначити відсутність єдності методологічного підґрунтя креативності новаторів. Це потребує проведення подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Аналіз та узагальнення досліджень авторів показали, що їх роботи з питання креативності новатора містять низку цінних і важливих думок як загального, так і часткового характеру, але нині це питання недостатньо вивчено. На особливу увагу заслуговують питання уточнення сутності креативності новатора.

Формулювання мети статті (**постановка завдання**). Метою статті є здійснення морфологічного аналізу багатоаспектного поняття креативності та розгляд теоретичних підходів до сутності поняття «новатор» для формування уточнення сутності поняття креативності новатора.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сьогодні існує значна кількість підходів до визначення природи креативності. Аналіз визначень креативності вітчизняними та зарубіжними вченими дав змогу зробити висновок, що єдиного підходу до цієї проблеми немає. Для уточнення сутності цього поняття був використаний метод морфологічного аналізу, запропонований Ф. Цвіккі [8]. Вибір цього методу пояснюється тим, що він має за мету систематизацію різноманітних варіантів вирішення певного завдання.

Для виявлення особливих властивостей креативності, описаних у науковій літературі, подібних та відмінних рис у визначеннях терміна «креативність» різних авторів, а також виявлення найбільш повного та адекватного визначення був проведений морфологічний аналіз поняття. Морфологічний аналіз проводився у дев'ять етапів, алгоритм якого представлено на рис. 1. Результати першого етапу дослідження наведено в табл. 1.

Кожний об'єкт такої системи ідентифікується автором визначення. На основі даних визначень морфологічними ознаками визначень було обрано їх цільове спрямування та ключове слово. Морфологічні ознаки згодом стануть складовими компонентами повного визначення поняття «креативності». Для визначення ключових морфологічних ознак креативності проаналізовано подібність та відмінність наявних визначень цього поняття, які належать різним науковим школам та авторам.

Наступним етапом морфологічного аналізу є формування матриці образів ключових характеристик креативності. Істотною ознакою було обрано ключові характеристики креативності як економічної категорії. З них формується перелік можливих альтернатив – характеристик або варіантів істотних ознак креативності, які позначено як Z_j (табл. 2).

Подальшим етапом морфологічного аналізу стало створення матриці образів ключових характеристик. Кожному авторському визначенню – об'єкту системи – привласнюється

позначення S_i . На підґрунті досліджених трактувань формуються система морфологічних параметрів визначення, їх цільове спрямування та ключове слово. Істотною ознакою морфологічного аналізу обираються ключові характеристики креативності Z_j . У перебігу цього етапу виявляються ключові характеристики (X_{ij}) досліджуваних визначень сутності креативності та формується матриця образів ключових характеристик (табл. 3).

Кожен елемент матриці образів ключових характеристик визначень сутності поняття «креативність» означає наявність або відсутність варіанта сутнісної ознаки (Z_j) в аналізованому визначенні (S_i). Тобто елемент матриці образів ключових характеристик визначається у такий спосіб: якщо j -та ключова характеристика (сутнісна ознака) присутня в i -му визначенні креативності, то на перетині i -го рядка та j -го стовпця заноситься 1, у протилежному випадку – 0. Для з'ясування подібності визначень на основі аналізу їх морфологічних параметрів було сформовано таблицю подібності (табл. 3), для якої вихідною інформацією є матриця образів (X_{ij}). Далі розраховувалася матриця ступеня подібності дефініцій сутності креативності, елементи якої ($C(S_{i1}, S_{i2})$) визначались за формулою (1) [4]:

$$C(S_{i1}, S_{i2}) = \frac{\sum_{j=1}^n X_{i1j} X_{i2j}}{\sum_{j=1}^n X_{i1j} + \sum_{j=1}^n X_{i2j}}, \quad (1)$$

де i_1, i_2 – номери двох визначень, що порівнюються на подібність (якщо порівнюються третє і п'яте визначення, то для одного $i_1 = 3$, а для іншого $i_2 = 5$, а відповідний елемент матриці буде позначатися як $C(S_3, S_5)$); X_{i1j} та X_{i2j} – значення елементів матриці образів ключових характеристик Z_j для двох визначень креативності відповідно; j – номер істотної ознаки ($j = 1 \dots n$; $n = 23$).

Результати формування матриці міри подібності для визначень креативності наведено в табл. 4. Аналіз міри подібності визначень сутності поняття «креативність» у процесі морфологічного аналізу дав змогу зробити такі висновки. Найбільша можлива подібність виявлена між тлумаченням сутності креативності таких науковців, як: Дж. Хокінс та Е. Фромм (міра – 0,5), Е. Фромм та О.А. Високовський (міра – 0,5), Дж. Хокінс та О.А. Високовський (міра – 0,5), Сент А. Дьорді та Дж. Гілфор (міра – 0,5), Н. Коган, М. Воллах та І.І. Свидрук (міра – 0,5), В.Н. Дружинін та Є. Алфєєва, А. Матюшкін (міра – 0,5).

Для формування уточненого поняття сутності креативності, що узагальнює підходи різних авторів та враховує доцільність включення певних ознак поняття, була побудована матриця міри включення (табл. 5). Оцінювання міри включення визначень проводиться за формулою (2) [5]:

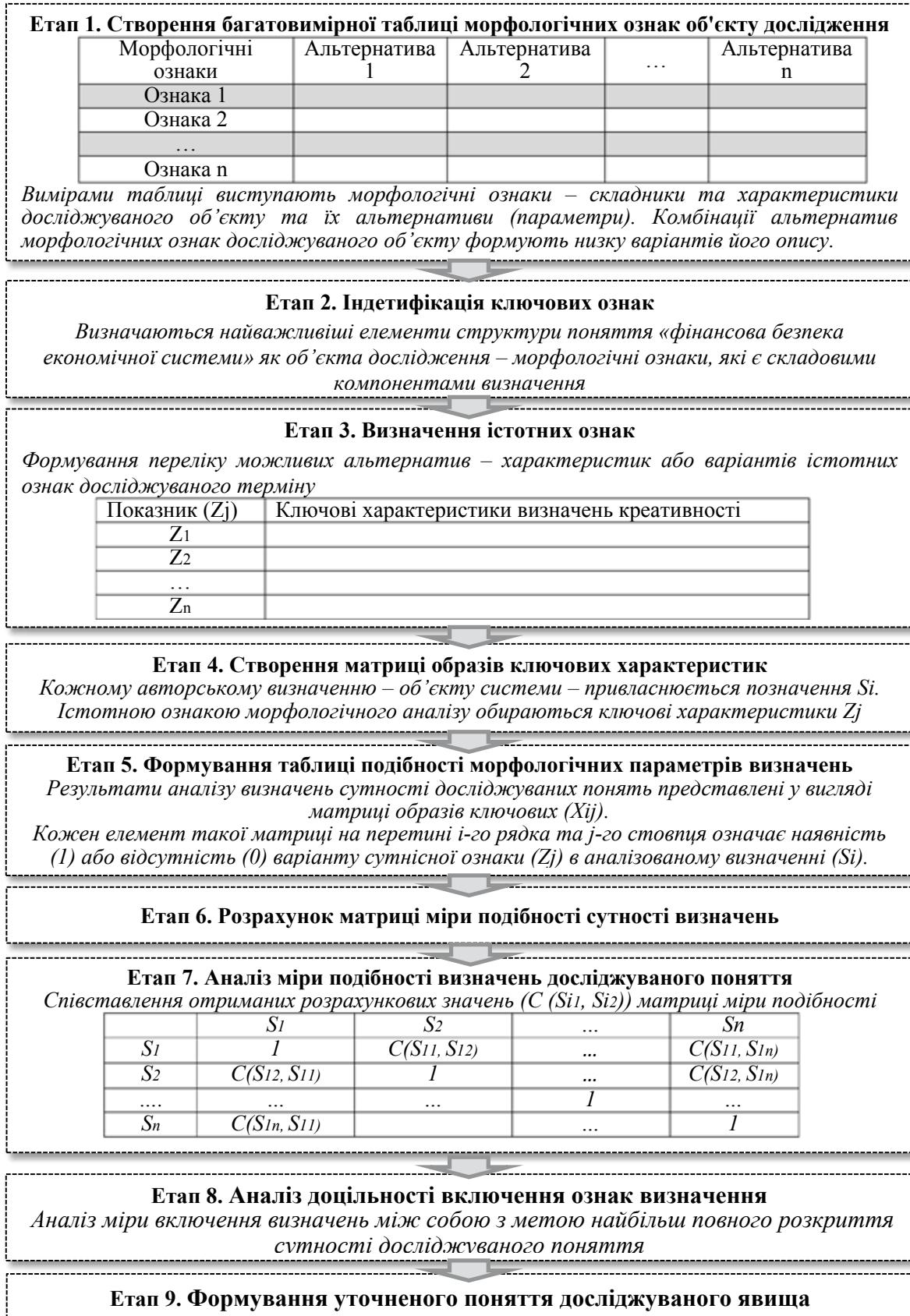


Рис 1. Алгоритм реалізації сценарію проведення морфологічного аналізу поняття «креативність» [4]

Таблиця 1

Морфологічні параметри терміна «креативність»

Ознаки креативності	Е. Торпенс	Дж. Хокінс	Е. де Боно	Сент А. Дьорді	Г. Айзенк	Ф. Баррон, Д. Харінгтон	К. Тейлор, Д. Холанд	Дж. Гілфорд	Н. Коран, М. Воллах	С.А. Меднік	Е. Фромм	Х. Е. Трік	А. Маслоу	Дж. Гарднер	М. Каровські	Я.А. Пономарьов	В. Дружинін	Є. Алфеева, А. Матющкін	І.І. Свідрук	О.А.Високовський	Г.А. Глотова	Є.П. Ільїн	Д. Боговяленська
Загальні ознаки																							
Природний процес, який формується під потребою людини	+																						
Здатність породжувати нове		+													+								
Навички																							
Дивергентне мислення			+					+															
Процес																							
Результат дії первинних мотивів																							
Творчі здібності, незалежні від інтелекту																							
Творчі інтелектуальні здібності																							
Формується за допомогою розвитку																							
Потенціал особистості																							
Психологічна властивість																							
Здатність реагувати на потребу в новому																							
Здатність породжувати нові ідеї																							

Таблиця 2

Варіанти істотної ознаки креативності

Показник (Zj)	Ключові характеристики визначень креативності
Z1	природний процес, який формується потребою людини
Z2	здатність породжувати нове
Z3	навички
Z4	дивергентне мислення
Z5	процес
Z6	результат дії первинних мотивів
Z7	творчі здібності, незалежні від інтелекту
Z8	творчі інтелектуальні здібності
Z9	формується за допомогою розвитку
Z10	потенціал особистості
Z11	психологічна властивість
Z12	здатність реагувати на потребу в новому
Z13	здатність породжувати нові ідеї

Таблиця 3

Матриця образів ключових характеристик визначень сутності поняття «креативність»

		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z11	Z12	Z13
Е. Торренс	S1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Дж. Хокінс	S2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Е. де Боно	S3	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
С.А. Дьорді	S4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Г. Айзенк	S5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Ф. Баррон, Д. Харінгтон	S6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
К. Тейлор, Д. Холанд	S7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Дж. Гілфорд	S8	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Н. Коган, М. Воллах	S9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
С.А. Меднік	S10	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Е. Фромм	S11	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Х.Е. Трік	S12	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
А. Маслоу	S13	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
Дж. Гарднер	S14	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
М. Карвовскі	S15	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Я.А. Пономарьов	S16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
В. Дружинін	S17	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Є. Алфєєва, А. Матюшкін	S18	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
І.І. Свидрук	S19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
О.А.Високовський	S20	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Г.А. Глотова	S21	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Є.П. Ільїн	S22	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Д. Богоявленська	S23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

$$W(S_{i_1}, S_{i_2}) = \frac{\sum_{j=1}^n X_{i_1j} X_{i_2j}}{\sum_{j=1}^n X_{i_2j}}, \quad (2)$$

де $W_{i_1i_2}$ – міра включення одного визначення сутності поняття до іншого.

Дане оцінювання здійснюється для найбільш повного розкриття сутності поняття «креативність».

Аналіз матриці міри включення визначень сутності поняття «креативність» показав, що найбільша кількість (п'ять одиниць) макси-

Таблиця 4

Матриця міри подібності визначень сутності поняття «креативність»

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23
S1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0,33	0	0,2	0,25	0	0	0	0	0,5	0,33	0	0
S3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0	0,2	0	0,33	0,33	0	0	0	0,25	0
S4	0	0	0	1	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,25	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0,33	0	0,2	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0
S8	0	0	0	0,5	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0	0,5	0	0	0	0
S10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S11	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,33	0	0,2	0,25	0	0	0	0	0,5	0,33	0	0
S12	0	0,33	0	0	0	0	0	0	0	0	0,33	1	0,2	0,17	0,2	0	0	0	0	0,33	0,25	0	0
S13	0	0	0,2	0	0,25	0	0	0	0	0	0	0,2	1	0,14	0,17	0	0,25	0,25	0	0	0	0,2	0
S14	0	0,2	0	0,2	0,2	0	0	0,2	0,2	0	0,2	0,17	0,14	1	0,14	0	0	0	0,2	0,2	0,17	0	0
S15	0	0,25	0,2	0	0	0	0,25	0	0	0	0,25	0,2	0,17	0,14	1	0	0,25	0,25	0	0,25	0,2	0,2	0
S16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
S17	0	0	0,33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,25	0	0,25	0	1	0,5	0	0	0	0,33	0
S18	0	0	0,33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,25	0	0,25	0	0,5	1	0	0	0	0,33	0
S19	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0	1	0	0	0	0
S20	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0,33	0	0,2	0,25	0	0	0	0	1	0,33	0	0
S21	0	0,33	0	0	0	0	0	0	0	0	0,33	0,25	0	0,17	0,2	0	0	0	0	0,33	1	0,25	0,33
S22	0	0	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0	0,2	0	0,33	0,33	0	0	0,25	1	0,33
S23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,33	0,33	1

Таблиця 5

Матриця міри включення визначень сутності поняття «креативність»

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23
S1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,5	0	0,25	0,33	0	0	0	0	0	1	0,5	0
S3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,33	0	0,33	0	1	1	0	0	0	0	0,5
S4	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,33	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,33	0	0	0	0	0	0	0	0
S8	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0,25	0	0	0	0	1	0	0	0	0
S10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S11	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,5	0	0,25	0,33	0	0	0	0	0	1	0,5	0
S12	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	1	0,33	0,25	0,33	0	0	0	0	0	1	0,5	0
S13	0	0	0,33	0	0,33	0	0	0	0	0	0	0,333	1	0,25	0,33	0	1	1	0	0	0	0	0,5
S14	0	0,25	0	0,25	0,25	0	0	0,25	0,25	0	0,25	0,25	0,25	1	0,33	0	0	0	1	1	0,5	0	0
S15	0	0,33	0,33	0	0	0	0,33	0	0	0	0,33	0,333	0,33	0,33	1	0	1	1	0	1	0,5	0,5	0
S16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
S17	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0,5	0
S18	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0,5	0
S19	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
S20	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0
S21	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0	0	0	0	0,5	1	0,5	1
S22	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	0,5	0	0,5	0,5	0	0	0,5	1	1
S23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1

мальних значень матриці (1,00) знаходиться на перетині стовпця матриці з двадцятим рядком матриці, а на перетині стовбців матриці з сімнадцятим та вісімнадцятим рядками кількості максимальних значень матриці – чотири одиниці. З цього можна зробити висновок, що найбільш повним серед проаналізованих визначень сутності креативності є визначення S20 (автор – О.А. Високовський [1]), а також визначення S17 (автор – В.Н. Дружинін [2]) та S18 (автори – Є. Алфєєва, А. Матюшкін [3]), які розкривають сутність креативності за найбільшою кількістю істотних ознак.

Креативність пропонується розглядати як здатність суб'єкта створювати не тільки нові товари та ідеї, а й нові алгоритми створення цих товарів, яка формується за допомогою розвитку особистих рис, таланту та здібностей у сприятливих умовах середовища.

Такий підхід до інтерпретації креативності дає змогу виключити суб'єктивність у його тлумаченні, тому що він базується на важливих методологічних принципах формування наукового поняття досліджуваного об'єкта; включає множину різноманітних елементів креативності, дія яких спрямована на отримання нового продукту або ідеї; відображає можливі умови розвитку креативності.

Моделювання розвитку економічних систем в еволюційній теорії виходить із піонерської роботи Й. Шумпетера про подолання новаторами консервативних підходів [7]. Процес еволюції представляється у вигляді появи новаторів, які витісняють консерваторів із поля економічних взаємодій і займають простір, що звільнився, самі. Й. Шумпетер запропонував у роботі «Теорія економічного розвитку» поняття інноваційного процесу як послідовного перетворення ідеї в товар через етапи фундамен-

тальних і прикладних досліджень, конструкторських розробок, маркетингу, виробництва, збуту тощо. Пізніше й Шумпетер увів у науковий обіг поняття «інновація», трактуючи його як зміни для впровадження і використання нових споживчих товарів, виробничих і транспортних засобів, ринків та форм організації в промисловості. Саме в інноваціях учений бачив джерело розвитку економічних систем, а у створенні сприятливих умов стимулювання новаторства – важливий напрям державної та корпоративної політики [7].

Новатор як творець новації є головним суб'єктом інноваційної діяльності. Проте у цілому суть такого феномену, як новатор, вивчена ще менше, ніж все, що пов'язане з новацією та інновацією. У науковій літературі частіше можна зустріти термін «креативна особистість», ніж «новатор». Численні публікації, що розкривають проблематику інноваційного менеджменту, надзвичайно рідко звертаються до аналізу центрального елемента цього процесу – самого новатора, особистості, схильної до діяльності такого роду. Вважається цілком справедливо, що такою може бути людина з високими креативними здібностями. І чим сильніше ці здібності у неї розвинені, тим успішніше вона проявляє себе в інноватиці [2]. Для розуміння сутності новаторів проведено аналіз наявних визначень цієї категорії, які наведено в табл. 6.

О.М. Ястремська зазначає, що необхідно розрізняти характеристики новатора та інноватора. Новатор здійснює відкриття на індивідуально-особистісному рівні, самостійно вирішує креативні завдання, але може не застосовувати власні розробки. Інноватор же здатний практично використовувати нововведення, створюючи передумови для зміни соціокуль-

Таблиця 6

Визначення категорії «новатор»

Автор	Визначення
Н.Е. Макарова	Новатори – співробітники з яскраво вираженою схильністю до інноваційної активності. Це люди, які із задоволенням приймають усе свіже, яке обіцяє поліпшення в житті
Й. Шумпетер	Новатори – когорта людей, які є генераторами науково-технічного прогресу
Тлумачний словник «Інноваційна діяльність»	Новатор – походить від лат. novator – обновитель, реставратор з гл. novare «оновлювати» – той, хто вносить і здійснює нові, прогресивні ідеї, прийоми і т. п. у будь-якій сфері діяльності
Історико-етимологічний словник	Новатор – творчо ініціативний працівник фізичної або розумової праці; кожний, хто у своїй трудовій діяльності генерує та втілює в життя нові, прогресивні прийоми, методи, принципи роботи
Е. Хаген	Пропонує використовувати термін «інноваційна особистість», яка формується в суспільстві за особливих обставин та характеризується допитливістю, творчим потягом, стимулюючим самобутність і прагнення до новизни, здатністю брати на себе відповідальність
Глосарій із менеджменту	Новатор – людина, що відкрила нововведення (новацію) або яка вносить нові ідеї в якій-небудь сфері
О.М. Ястремська	Новатор – працівник підприємства, який займається розробленням продуктивних і технологічних нововведень, що є результатом креативного процесу й має вагомий відмінності та споживчу цінність

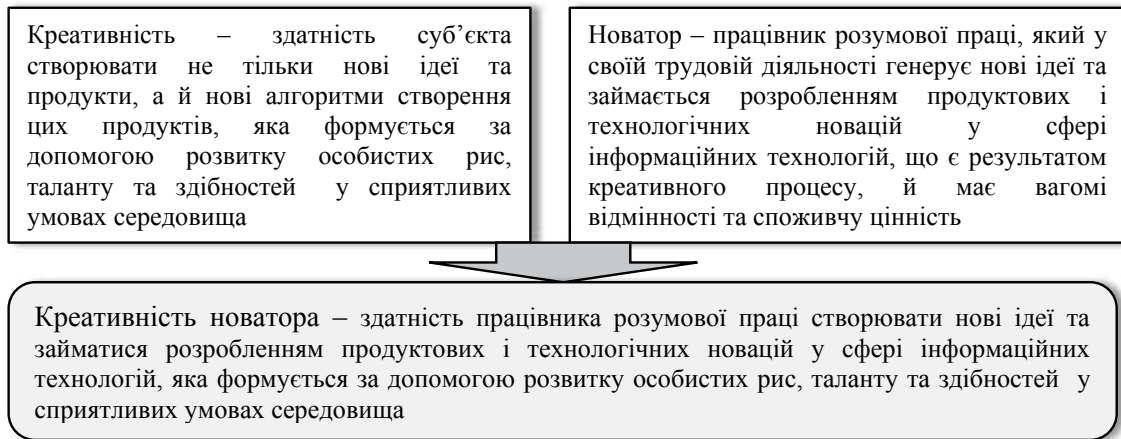


Рис. 2. Уточнення поняття «креативність новатора»

турного середовища завдяки інноваціям. Новатором може бути як індивідуальний винахідник, так і ціла організація. Діяльність новатора може бути проектною, виробничою, дослідницькою тощо [6].

Для успішного впровадження навіть самого геніального винаходу необхідна погоджена дія двох персонажів – новатора й інноватора: того, хто винаходить або відкриває, і того, хто комерціалізує, створює з новації ринковий продукт для отримання прибутку. У рідкісних випадках одній людині вдається успішно поєднати обидві ролі, але це швидше виняток.

Новатор та інноватор уособлюють єдність протилежностей: один видає ідеї, генерує нові знання, а інший просуває їх, використовує на практиці. Єдність двох в інноваційному процесі зовсім не гарантує паритету в розподілі слави і прибутків: майже завжди інноватор, що володіє великими соціальними навичками, з часом витісняє новатора, тому новатори зазвичай не залишаються засновниками.

Аналіз поглядів щодо поняття «новатор» дав змогу узагальнити наявні підходи та виділити їх інваріантне ядро. Це дослідження присвячене новаторам будь-яких посад, що працюють у сфері інформаційних технологій та формально підпадають під категорію фахівців, які займаються дослідженнями та розробками. Таким чином, у рамках досліджуваного предмета термін «новатор» трактуватимемо як працівника розумової праці, який у своїй трудовій діяльності генерує нові ідеї та займається розробленням продуктивних і технологічних новацій у сфері інформаційних технологій, що є результатом креативного процесу, і має вагомій відмінності та споживчу цінність.

З огляду на проведений аналіз та наведені власні поняття «креативність», яке отримано в

ході морфологічного аналізу, та «новатор», яке отримано шляхом узагальнення вузького кола наявних підходів до його трактування, вважаємо за доцільне уточнити поняття «креативність новаторів» у межах досліджуваного предмету (рис. 2).

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному

напряму. Аналіз наукових доробків, присвячених питанням креативності, показав наявність низки підходів до трактування цього поняття. Натомість проведений морфологічний аналіз сприяв виявленню низки відмінностей у його розумінні. Проведені дослідження засвідчили, що на розрізненість у трактуваннях креативності вплинула суб'єктивність розуміння цього питання серед науковців, яка спричинила відповідне виділення істотних ознак. На основі аналізу результатів розрахунку міри включення визначень між собою було виявлено повне розкриття поняття креативності та запропоноване власне визначення. Вивчення теоретичних підходів до визначення сутності «новатор» показало, що сьогодні суть такого феномену вивчена недостатньо. Аналіз поглядів щодо цього поняття дав змогу узагальнити наявні підходи та виділити їх інваріантне ядро і сформулювати власне поняття. Аналізуючи, систематизуючи та узагальнюючи наукові праці зарубіжних і українських учених із питань креативності новаторів було зроблено висновок, що нині поняття «креативність новаторів» відсутнє в науковій літературі, тому на підґрунті сформованих понять «креативність» та «новатор» було запропоновано власне визначення креативності новатора. Подальша розвідка проведених досліджень полягає у з'ясуванні особливостей сутності креативності новатора в умовах інноваційного розвитку ІТ-сфери.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Высоковский А.А. Креативность как ресурс / А.А. Высоковский // Отечественные записки. – 2005. – № 4(25) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stranaoz.ru/2005/4/kreativnost-kak-resurs>.
2. Дружинин В.Н. Психология общих способностей / В.Н. Дружинин. – СПб. : Питер, 2000. – 480 с.
3. Матюшкин А.М. Концепция творческой одаренности / А.М. Матюшкин // Вопросы психологии. – 1989. – № 6. – С. 29–33.
4. Методичні рекомендації до лабораторних робіт з навчальної дисципліни «Економіко-математичне моделювання фінансових процесів» для студентів спеціальності 8.03050801 «Фінанси і кредит» усіх форм навчання / Укл. І.Б. Медведєва. – Х. : ХНЕУ, 2013. – 116 с.
5. Одрин В.М. Метод морфологического анализа технических систем / В.М. Одрин. – М. : ВНИИПИ, 1989. – 312 с.
6. Ястремська О.М. Мотивація креативності новаторів : [монографія] / О.М. Ястремська, О.І. Бардадим. – Х. : ХНЕУ, 2013. – 212 с.
7. Schumpeter J. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. - N.Y.: Oxford University Press, 1969.
8. Zwicky F. Discovery Invention, Research Through the Morphological Approach / F. Zwicky. – Toronto: McMillan, 1969. – 273 p.