

Ежегодный обзор по креативности Сотрудников на работе за 2024 год

Крупенин Сергей Владимирович

► VK ↗ skrupenin

✉ skrupenin@gmail.com

Что такое «Креативность Сотрудников на работе» по мнению Руководителей?

1. Понимать, что для компании важно, и думать, что можно улучшить;
2. Личная инициатива, которая не вмещается в должностные инструкции Сотрудника;
3. Способность и желание Сотрудника выйти за пределы повседневных действий;
4. Предлагать идеи, которые поддерживают главную цель компании/продукта;
5. Целостное восприятие проблемной ситуации и ее решение нетрадиционным способом;
6. Решение проблемной ситуации не по правилам компании;
7. Придумать решение, когда стандартного решения нет или оно не подходит.



Какие действия **Сотрудников** Руководители считают креативными?

1. Задействование существующего ресурса;
2. Отказ от стандартного процесса / операции;
3. Применение нетипичного, но известного приема для стандартной операции;
4. Применение новой технологии для существующей работы;
5. Смещение фокуса со стандартного решения на цель, и разработка нового алгоритма;
6. Улучшение/оптимизация существующей процедуры;



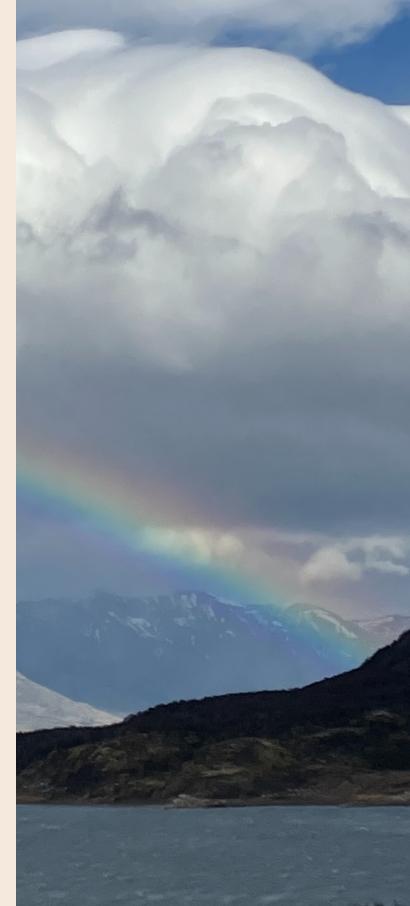
Какая креативность **не** нужна?

- 1. Обман**
- 2. Нарушение законов, отраслевых нормативов, технологических карт**
- 3. Экономия во вред**
- 4. Ущерб для имиджа предприятия**
- 5. «Улучшения» без понимания цели компании/продукта**
- 6. Мишурा**
- 7. Шутки и насмешки над членами коллектива**



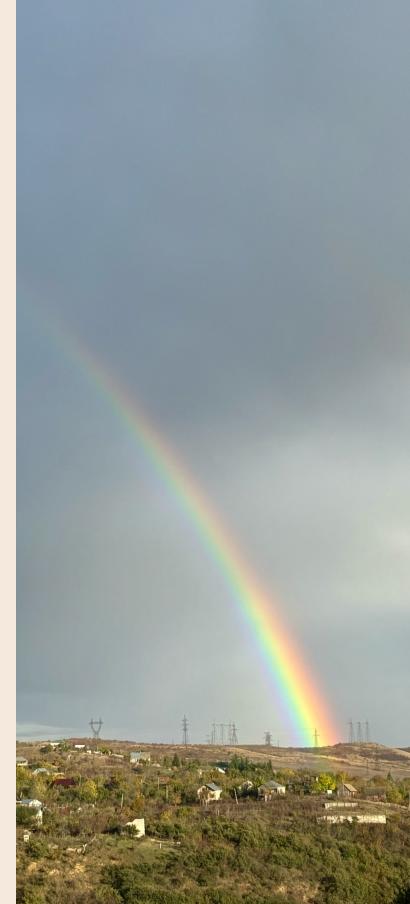
10 приемов повышения креативности Сотрудников:

1. Проинформировать Сотрудников, что Руководитель открыт к креативным предложениям Сотрудников
2. Проводить регулярные индивидуальные встречи, на которых одним из пунктов будет «предложения Сотрудника» и «улучшения, сделанные Сотрудником на своем рабочем месте»
3. Техническое средство для сбора предложений и идей
4. Структурированная форма предложения
5. Вести открытый реестр предложений Сотрудников



10 приемов повышения креативности Сотрудников:

6. На каждое предложение давать ответ Автору
7. Ответы на креативные предложения публиковать в открытом реестре (например, Канбан доска)
8. Информировать Сотрудников о реализованных предложениях, упоминать имя Автора
9. Помогать в реализации креативной идеи, когда Сотрудник забуксует в ее реализации
10. Доводить первые принятые креативные предложения от Сотрудника до исполнения



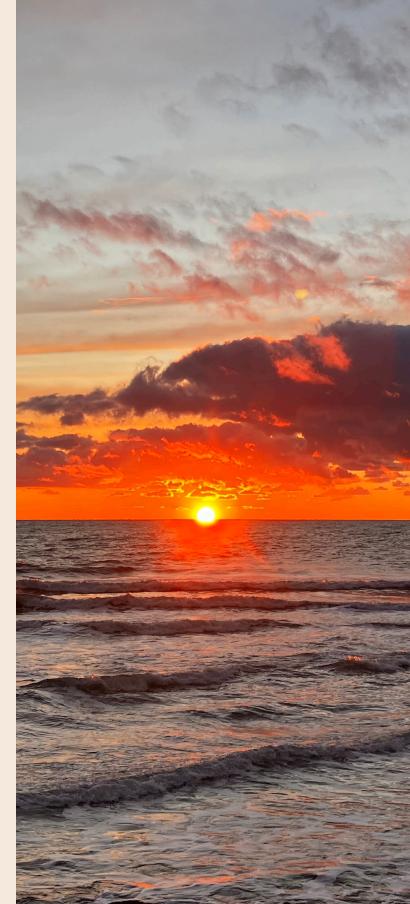
Дополнительные меры по повышению креативности:

- 1. Исследовать причины появления «глупого» креатива;**
- 2. Улучшать процедуры отбора и вводного обучения персонала.**



Новые исследовательские темы:

- 1. Как сформулировать правила приема и обработки креативных предложений, чтобы креативность случилась;**
- 2. Реакция руководителя на первое креативное предложение сотрудника;**
- 3. Как проводить входное обучение в организацию и введение в должность, чтобы избежать вредного креатива.**



Благодарю

За научную и методическую поддержку:

Игоря Леонардовича Викентьева (Санкт-Петербург).

За вычитку обзора: Сергея Гусаковского, Анастасию Бондарович.

Собеседников – участников исследования.

В обзоре использованы примеры Евгения Капилова, Александра Гиля, Дмитрия Архипенко, Елены Бибиковой.





Приглашаю к сотрудничеству:
жду Ваши примеры и вопросы.

Ссылка на Вас при использовании
Ваших материалов гарантирована.

Крупенин Сергей Владимирович

VK vk.com/skrupenin

vk.com/video/@skrupenin

Telegram: [@skrupenin](https://t.me/skrupenin)

E-mail: skrupenin@gmail.com

youtube.com/skrupenin