

УДК 338

І.В. Мосійчук, к.е.н., старший викладач
кафедри економіки, менеджменту та маркетингу
Житомирський державний університет імені Івана Франка

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

В статті охарактеризовано поняття «управлінська креативність», виділена сутність розвитку креативності особистості. Визначено, що креативний менеджмент – це управління процесом креативного мислення. Зокрема, розкрито, підходи до трактування поняття «креативний менеджмент», зазначено, що формування креативного підходу до управління висуває нові вимоги до організаційного проектування і визначає необхідність побудови сучасних структур сучасного бізнесу.

Розкрито завдання креативного менеджменту. На основі результатів аналізу, автором встановлено, що нові якості креативних працівників не можна у готовому вигляді «придбати на ринку»; їх можна формувати, розвивати та ефективно використовувати завдяки реалізації унікальних індивідуальних спроможностей персоналу. А також зазначено, що креативний менеджмент представляє собою управління носіями інтелектуального потенціалу підприємства, які створюють нові знання шляхом творчої діяльності.

Ключові слова: креативність, управлінська креативність, креативний, креативний менеджмент, розвиток креативності особистості

CREATIVE MANAGEMENT OF MODERN BUSINESS

The article describes the concept of "managerial creativity", the essence of development of creativity of the personality is singled out. It is determined that creative management is a management of the creative thinking process. In particular, the approaches to the interpretation of the concept of "creative management" are revealed, that the formation of a creative approach to management brings new requirements to organizational design and determines the need for the construction of modern structures of modern business. The problem of creative management is revealed. On the basis of the results of the analysis, the author established that the new qualities of creative workers can not be "purchased in the market" in the finished form; they can be shaped, developed and used effectively through the implementation of unique individual capabilities of staff. It is also noted that creative management is the management of carriers of the intellectual potential of the enterprise, which create new knowledge through creative activity.

Key words: creativity, managerial creativity, creative, creative management, development of personality creativity

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин та інтеграції України в світовий економічний простір виникає потреба в розробці стратегічних планів розвитку тих видів економічної діяльності, які є

потенційно прибутковими і конкурентоспроможними на світовому ринку товарів і послуг та в сучасному бізнесі.

Одним з головних трендів у внутрішньому середовищі організації останнім часом стає пошук креативних рішень для оптимізації працездатності колективу. У багатьох компаніях з'являються спеціальні посади креативних менеджерів, покликаних «налаштувати» відносини в колективі, умови для роботи, налагодити корпоративну культуру всередині організації. У зв'язку з цим з'являється необхідність висувати вимоги до управлінців, зокрема, до їх навичкам розробки та реалізації нестандартних, креативних, інноваційних ідей і рішень на практиці, а також до творчого потенціалу організацій та адміністративних структур. Всім вищесказаним і обумовлена актуальність дослідження з даної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх десятиліть з'явилося багато наукових розробок по впровадженню системи креативного менеджменту на сучасному підприємстві. Вагомий внесок був зроблений такими вченими, як: Буковинська М.П., Журавльов В.А., Кліпкова О.І., Литвин І.В., О.І. Бардадим. Набагато глибше дана проблема досліджувалася в питаннях креативного менеджменту та його застосування при формуванні стратегії розвитку сучасного бізнесу в працях Грабовської І.В., Кирсанова К., Продіус О.І. та інших.

Постановка завдання. Метою даної статті є визначення сутності і змісту креативного менеджменту, спрямованого на створення сприятливих умов для розвитку креативних здібностей персоналу сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В сучасних умовах креативність і її чинники є детермінантами успішної управлінської діяльності, так як сприяють швидкому прийняттю рішень, розробці

оригінальних стратегій, впровадження інновацій та реалізації інших значущих управлінських функцій.

Зросли вимоги до креативності, що обумовлені також збільшенням числа організацій, що спеціалізуються на розробці нових технологій і впровадження концепцій креативного менеджменту, рекламних агентств, архітектурних і дизайнерських бюро, науково-виробничих комплексів, консалтингових компаній та ін. Про збільшення попиту на управлінців з розвиненими творчими здібностями свідчить поява вакансій «креативних менеджерів» на ринку праці» [2].

Креативність – це здатність особистості до творчої активності в різних сферах професійної діяльності, результатом, якої є формування нових, нестандартних підходів, технологій і методів здійснення професійної діяльності, розробка і отримання нових, унікальних продуктів.

Розвиток креативності особистості – це формування стійкої спрямованості особистості до творчої діяльності та створення умов для кількісних і якісних перетворень креативності особистості; найбільш актуальними напрямками подальших досліджень креативності як детермінанти професійної діяльності є виявлення особистісних і соціокультурних факторів креативності особистості [6].

Креативний (від англійського «creative») – це буквально «творчий, творчий». Він, в принципі, стосується проблем управління колективом, причому таких, які відносяться до які піддаються чіткої формалізації предметних областях і підлягають рухомим, «дрейфує» критеріям визначення мети.

Креативний менеджмент – це управління процесом креативного мислення (індивідуального і командного). Це також менеджмент, орієнтований на креативний результат. Креативний менеджмент реалізується з використанням креативних методів і технологій [5].

Якщо менеджмент – це ефективне управління господарством включаючи міжособистісні відносини, управління виробництвом, підприємством з метою отримання прибутку, шляхом раціонального використання ресурсів, то креативний менеджмент відрізняється тим, що підхід у вирішенні завдань і проблем господарства, повинен бути творчим і нестандартним, а також несподіваним. Управлінець з креативним мисленням вміє бачити стандартне нестандартно, а точніше в кількох варіантів реалізації або використання в перспективі можливостей [1].

Розглянемо основні підходи вчених до розуміння сутності креативного менеджменту (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до трактування поняття «креативний менеджмент»

Підхід	Значення поняття «креативний менеджмент»
Ситуаційний	Креативний менеджмент – сукупність сприятливих умов, що створюються керівниками підприємства для творчого розвитку трудового колективу й окремих працівників з метою акумулювання креативних ідей щодо вирішення виробничо-господарських проблем, подолання їх наслідків
Адміністративний	Креативний менеджмент – сукупність управлінських відносин між керівниками та підлеглими на предмет встановлення цілей стосовно пошуку креативних ідей, їх виконання, пов'язаних із вирішенням виробничо-господарських проблем, подоланням їх наслідків тощо
Системний	Креативний менеджмент – підсистема інноваційного менеджменту, що забезпечує здатність суб'єктів управління висувати та розвивати нові ідеї, які набирають форми наукової або технологічної інформації
Маркетинговий	Креативний менеджмент – це сукупність цілеспрямованих дій керівників підприємства, які спрямовують генерацію креативних ідей у напрямку задоволення існуючих та потенційних потреб суспільства

Джерело: адаптовано на основі [2]

На думку В. Журавльова, креативний менеджмент – це управління людьми в організаціях, спрямоване на максимальне розкриття й використання їхніх творчих здібностей на передпроектній та проектній

стадіях інноваційного циклу для створення нових конкурентоспроможних ідей на рівні винаходів у різноманітних сферах людської діяльності [3].

Литвин вважає, що креативний менеджмент варто розглядати як вплив на творчих працівників з метою генерування, пошуку, розвитку, поєднання комерційних ідей, їх оцінювання та вибору з метою реалізації інноваційного розвитку та досягнення цілей і місії компанії [6].

Управлінська креативність – це соціально-професійна компетенція суб'єктів діяльності, що передбачає здатність до продуктивної активності, результатом якої є формування нових, нестандартних підходів, технологій і методів здійснення функцій по керівництву соціальними групами і організаціями.

Формування креативного підходу до управління, висуває нові вимоги до організаційного проектування і визначає необхідність побудови сучасних структур, що дозволяють створити конкурентні переваги, розкрити творчий і підвищити мотиваційний потенціал персоналу організації, посилити результативність спільної роботи.

На формування й розвиток креативного менеджменту безпосередньо впливають такі фактори: ‰

- рівень розвитку креативного суспільства; ‰
- формування креативної економіки; ‰
- розвиток креативної освіти; ‰
- рівень інноваційності підприємства; ‰
- творчий потенціал особистості; ‰
- потенціал менеджера креативного типу.

Організаційна побудова здійснюється на основі творчої інтеграції функціонально-орієнтованого (властивого класичного підходу до управління), процесно-орієнтованого (характерного для ринкового підходу) і системно-цільового (що дозволяє об'єднати основні внутрішні змінні організації на основі реалізації соціальної відповідальності,

вдосконалення і навчання) підходів до організаційного проектування при реалізації ідеї максимально можливого впровадження командної роботи.

Креативний менеджмент представляє собою управління носіями інтелектуального потенціалу підприємства, які створюють нові знання шляхом творчої діяльності. Креативний менеджмент заснований на сучасних технологіях управління творчістю та командної роботи [4].

Завдання креативного менеджменту – управління процесом прийняття творчих рішень у колективі шляхом поєднання консервативного логічного мислення із законами сучасного менеджменту та польотом творчої фантазії.

Нові якості креативних працівників не можна у готовому вигляді «придбати на ринку»; їх можна формувати, розвивати та ефективно використовувати завдяки реалізації унікальних індивідуальних спроможностей персоналу – їхніх знань, умінь і досвіду, особистісних властивостей, які виявляються в поведінці і ставленні до справи, в захопленості та інновативності.

Висновки. На сьогоднішній день в умовах ринкової економіки утворена дуже динамічна і жорстка конкуренція серед підприємств різних напрямків. Це зобов'язує компанії швидко адаптуватися до різних зовнішніх умов конкурентів, а також до економічної і політичної систем теперішнього часу.

В даний час розвиток креативності сучасного бізнесу здійснюється переважно в рамках тренінгових компаній. Широке поширення отримали короткострокові тренінги розвитку творчих здібностей управлінців. Однак, короткострокові тренінги і курси не вирішують проблему, так як розвиток стійких навичок креативності можливо лише на регулярній основі протягом досить тривалого часу.

Список використаних джерел:

1. Буковинська М.П. Креативність персоналу як необхідна якість формування соціального капіталу / М.П. Буковинська, О.Л. Нечаєв // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2013. – № 51. – С. 122-128.

2. Грабовська І.В. Інноваційний розвиток підприємства на засадах управління креативністю персоналу / І.В. Грабовська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017, – № 2. Том 2. С. 192-197.

3. Журавльов В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества (Часть 1) / В.А. Журавльов // Креативная экономика. – 2008. – №4.– С. 3-8.

4. Кліпкова О.І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектора в управлінні підприємством. / О.І. Кліпкова // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. – Випуск 2(4). Частина 2. – 2015. – С. 76-79.

5. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління [Електронний ресурс] / О.І. Продиус // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 67-72. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>

6. Литвин І.В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту / І.В. Литвин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 360-364.

REFERENCES:

1. Bukovynska, M.P. (2013). Kreatyvnyist personalu yak neobkhidna yakist formuvannia sotsialnoho kapitalu [Creativity of staff as a necessary quality of social capital formation]. *Naukovi pratsi Natsionalnoho universytetu*

kharchovykh tekhnolohii – Scientific works of the National University of Food Technologies, 51, 122-128 [in Ukrainian].

2. Grabovska, I.V., (2017). Innovatsiyni rozvytok pidpriemstva na zasadakh upravlinnia kreatyvniyu personalu [Innovative development of the enterprise on the basis of creativity management of personnel]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences, Vol. 2, 2, 192-197 [in Ukrainian].*

3. Zhuravl'ov, V.A. (2008). Kreativnoe myshlenie, kreativnyj menedzhment i innovacionnoe rozvitie obshhestva (Chast' 1) [Creative thinking, creative management and innovative development of society (Part 1)]. *Kreativnaja ekonomika – Creative economy, 4, 3-8 [in Russian].*

4. Klipkova, O.I. (2015). Kreatyvni ta innovatsiyni yak osnovni skladovi novoho vektora v upravlinni pidpriemstvom [Creativity and innovation as the main components of a new vector in enterprise management]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika – Scientific bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, Vol. 2(4), 2, 76-79 [in Ukrainian].*

5. Prodius, O.I. (2012). Kreatyvnyi menedzhment yak zaporuka suchasnoho efektyvnoho upravlinnia [Creative management as a pledge of modern, effective management] *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal – Economics: realities of time. Scientific Journal (electronic journal), Vol. 3, 2, 67-72. Retrieved from: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html> (accessed (25/01/18)) [in Ukrainian].*

6. Lytvyn, I.V. (2011). Osoblyvosti poshuku innovatsiynykh idey u systemi kreatyvnoho menedzhmentu [Features of innovative ideas searching in creative management system]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny – Scientific herald of NLTU of Ukraine, Vol. 21.7, 360-364 [in Ukrainian].*