

**УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Вітчизняні промислові підприємства, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати і впроваджувати різного роду інновації, що формують їх конкурентні переваги та забезпечують ефективну діяльність в ринковій економіці. В сучасних умовах господарювання формується попит на організаційну креативність, на перший план виходить задача управління творчою енергією організації, тобто мобілізація її інтелектуально-креативних ресурсів для генерації нового знання і розроблення на цій основі інноваційного продукту. Реалізація завдань такого роду передбачає заохочення нестандартних, креативних підходів до розв'язання складних функціональних ситуацій, які виникають у процесі управління підприємствами; здійснення професійно-кваліфікаційної переорієнтації кадрів відповідно до інноваційних трансформацій; застосування креативності як одного з ключових чинників самореалізації, самовдосконалення працівників та забезпечення інноваційного розвитку організації. Креативність дає змогу забезпечити прибуткове зростання більшості підприємств, тому її можна розглядати як потужний бізнес-інструмент успішної діяльності персоналу підприємства, так і господарської діяльності фірми загалом.

Такі процеси, що мають місце в організаціях усіх галузей економіки, включаючи і об'єкти промисловості, та необхідність підвищення ефективності процесу генерації нових знань і пошуку нових рішень для досягнення успіху організації призвела до появи креативного менеджменту. Сьогодні креативний менеджмент є ефективним інструментом вирішення складних завдань, прийняття ефективних нетрадиційних та оригінальних управлінських рішень та управлінських інновацій в умовах нестандартних та кризових ситуаціях.

Серед ключових понять, які лежать в основі креативного менеджменту, можна виділити: креативність, креативне мислення, креативні здібності, коучинг тощо. Важливо дослідити сутність цих понять з урахуванням управлінського аспекту.

Креативність з позиції економіки та управління – це здатність створювати і знаходити нові ідеї, відхиляючись від прийнятих схем мислення, успішно вирішувати завдання, які постають перед підприємством нестандартним чином [1, с. 4]. Креативність передбачає бачення проблем під іншим кутом, наслідком чого є розробка оригінальних способів їх вирішення. За дослідженнями О. Харцій: «...креативність виявляється у швидкості, точності, гнучкості, оригінальності мислення, багатій уяві, схильності до високих естетичних цінностей, ступеня деталізації проблеми, прояву наполегливості, цілеспрямованості, рішучості, працелюбності, систематичності в роботі, сміливому прийняттю рішень...» [4]. Важливе значення має поняття «креативне мислення», яке набуває цінності у сучасному бізнесі, науці, політиці та управлінні. Креативне мислення розглядається як комбінація особистих властивостей і особливостей характеру, за допомогою яких розум обробляє інформацію. Креативні або творчі здібності необхідні у практиці креативного менеджменту. Креативні здібності – здатності індивіда, які характеризуються готовністю до прийняття і створення принципово нових ідей, що відхиляються від загальноприйнятих або традиційних схем мислення.

Також популярним поняттям сьогодні є «коучинг» – це мистецтво сприяти підвищенню результативності, креативності, навчанню і розвитку певної людини. На розвиток коучингу впливають багато галузей знань: педагогіка, психологія (у тому числі спортивна, клінічна, соціальна та промислова), теорії лідерства та інші. У сучасному житті коучинг є одним з ефективних напрямів для розкриття креативності людини, особливо керівника-управлінця. 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 з управління соціальними групами і організаціями [2, с. 121]. Слід враховувати, що короткострокові тренінги та курси не вирішують цього завдання, оскільки розвиток стійких навичок креативності можливо лише на регулярній основі протягом досить тривалого часу. Виникає необхідність перегляду сформованої системи підготовки: розвиток креативності як основний професійної компетенції має стати головною метою на протязі всього періоду професійної підготовки. Креативний менеджмент покликаний змінювати усталені процедури мислення персоналу, віднаходити творчі можливості для вирішення нестандартних завдань сталого розвитку фірм.

У науковій літературі існує безліч різноманітних підходів до трактування поняття «креативний менеджмент», серед яких: системний, функціональний, адміністративний, поведінковий та ситуаційний [3, с. 186-187].

Креативний менеджмент – це конкретна функція менеджменту, яка націлена на забезпечення здатності суб'єктів управління пропонувати і розвивати нові ідеї, що набувають форми наукової або технологічної інформації, а також на безпосереднє акумулювання нових ідей.

Креативний менеджмент – це сукупність сприятливих умов та обставин, які створюють керівники підприємства для творчого розвитку трудового колективу й окремих працівників з метою акумулювання креативних ідей щодо вирішення виробничо-господарських проблем, подолання їхніх наслідків тощо.

Креативний менеджмент – це сукупність цілеспрямованих дій і вчинків керівників підприємства, націлених на акумулювання креативних ідей щодо вирішення виробничо-господарських проблем, подолання їхніх наслідків, також сприяння перманентному творчому розвитку трудового колективу й окремих працівників.

Креативний менеджмент – це сукупність дозвільно-розпорядницьких, спонукальних та інших управлінських відносин між керівниками і підлеглими на предмет встановлення цілей щодо пошуку креативних ідей, пов'язаних із вирішенням виробничо-господарських проблем, подоланням їхніх наслідків, а також їхнього виконання.

Система креативного менеджменту включає сукупність взаємопов'язаних і взаємоузгоджених управлінських заходів, що відносяться, головним чином, до одного з трьох напрямів: формування організаційних структур, що підтримують креативність; розроблення організаційних систем і процедур, що активізують креативність і створення нового знання; організаційна культура і креативне лідерство. Суб'єктами креативного менеджменту виступають керівники підрозділів і проектних груп, менеджери – ті особи, які зацікавлені в отриманні нових ідей і можуть впливати на ефективність творчих процесів в організації шляхом постановки цілей, планування, надання необхідних видів ресурсів, організування, створення відповідних стимулів для активізації креативних здібностей працівників. Творчий підхід в управлінні та мисленні керівників і працівників підприємства перетворюються у стабілізуючий елемент конкурентоспроможності фірми.

Системи креативного менеджменту підприємств, розробляючи і впроваджуючи управлінські інновації, змінюють організаційні структури управління, бізнес-процеси, що відбуваються в організації, реалізуються в нових алгоритмах і методах прийняття і реалізації управлінських рішень, передачі певних функцій у аутсорсинг, підвищенні якості обслуговування клієнтів, механізмах просування виробленої продукції на ринок тощо.

### **Список літератури**

1. Журавлев В. А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества / В.А. Журавлев // Креативная экономика. – 2008. – № 4. – С. 3–8.
2. Йохна М.А. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посібник / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К. : ВЦ «Академія», 2005. – 400 с.
3. Калініченко Ю.Б. Креативність як основа менеджменту організації / Ю.Б. Калініченко, Я.І. Смірнова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4, Т. II. – С. 186-191.
4. Як розпочати креативну революцію в компанії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.innovations.com.ua>.