

ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА В ОРГАНІЗАЦІЇ

Вплив таких притаманних сучасності факторів як інтеграція, глобалізація та трансформація на економіку України кардинально змінює підходи до системи менеджменту підприємств. Основою успішного розвитку підприємства в умовах постіндустріальної економіки стає передусім здатність до створення та реалізації новацій на базі креативних технологій, насамперед – у сфері управління. У сучасних умовах креативність й її фактори є детермінантами успішної управлінської діяльності, оскільки сприяють створенню ефективної системи генерування та впровадження креативних рішень, розробки стратегій, впровадження інновацій та реалізації інших важливих управлінських функцій.

Комерційний успіх організації залежить насамперед від здатності управлінців забезпечити баланс між творчістю та ефективністю і від застосування стратегій соціального спрямування. 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, а також результативність спільної роботи.

За цих умов виникає необхідність якісного дослідження формування креативного середовища, його впливу на результати управління, можливостей розвитку та удосконалення його стану з метою адаптації до умов сучасних трансформаційних процесів. На сьогодні залишається нерозкритим сутнісне поняття креативного середовища підприємства, його призначення, завдання, функції та вплив на діяльність підприємства. Важливо цілеспрямовано вдосконалити та систематизувати наявні результати наукових досліджень, а також інтенсифікувати розвиток явища креативного середовища вітчизняних

підприємств. Крім того, актуальними є питання ефективних взаємовідносин між учасниками всього креативного процесу: генераторами креативних ідей, функціональними працівниками із комерціалізації наукових ідей та споживачами [1, с. 107].

Слід зазначити, що у науковій літературі управління креативними процесами в організації розуміється майже інтуїтивно, часто ототожнюючись з управлінням інноваціями. В процесі функціонування сучасного підприємства основними цілями креативного менеджменту є: акумуляція креативних ідей, доведення креативних ідей до рівня готового продукту або технології, стимулювання працівників підприємства до особистого і колективного творчого розвитку на користь підприємства. Отож, для визначення найбільш важливих характеристик цього феномену, істотних з погляду економічної практики, доцільно визначити особливості креативних процесів, які би до певної міри нівелювали їх стереотипне асоціювання з технічними і технологічними інноваціями. По-перше, реальна креативність може мати місце в організаціях усіх галузей економіки, включаючи об'єкти промисловості, послуг та державного управління. По-друге, обов'язковим атрибутом креативного управління є процес реалізації нововведення, що включає стадії розроблення концепції, проведення досліджень, створення прототипу, а також комерціалізацію наукової або творчої ідеї, впровадження інноваційного рішення (продукту або послуги) у сфері виробництва і продажів. Креативний менеджмент покликаний змінювати усталені процедури мислення персоналу, віднаходити творчі можливості для вирішення нестандартних завдань постіндустріального розвитку. Ще одну особливість креативного управління полягає у високій потребі колективної творчості, адже в зіткненні ідей, думок, досвіду і знань багатьох людей часто викристалізуються нові ідеї [4, с. 117-118].

Підхід до трактування креативного середовища, в основі якого є «знання, вміння, творчі здібності й досвід цілеспрямованої підготовки, комплексного впровадження і всебічного освоєння новацій в інноваційній сфері» логічно назвати інтелектуальним, оскільки він розкриває зміст і можливості розвитку

інтелектуального капіталу підприємства [1, с. 108]. Креативне середовище, з одного боку, є основою реалізації і розвитку інноваційного й творчого способу мислення, а з іншого – саме зазнає трансформації через вплив творчого мислення, яке відображає динамічні зміни у соціально-економічній, інституційній та організаційній сферах підприємства. Синтез постійного використання новацій і творчий підхід до вирішення управлінських проблем стає дієвою та ефективною інноваційною стратегією розвитку як для підприємства й окремого працівника, так і для держави загалом.

Суб'єктів, які приймають участь у формуванні та реалізації цілей креативного менеджменту можна поділити на дві групи: працівники підприємства, які займаються формуванням і розвитком креативних ідей; керівники підприємства, які здійснюють планування, організацію креативної діяльності, забезпечують процес мотивації персоналу до створення креативних ідей, а також контролюють і регулюють креативну діяльність підприємства.

Творчий підхід в управлінні та мисленні керівників і працівників фірми перетворюються у стабілізуючий елемент конкурентоспроможності підприємства. 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]. Радикальна трансформація моделі креативного менеджменту українського підприємства вимагає істотних змін у системі управління підприємством, у стилі керівництва та способі мислення менеджерів, тобто в організаційній культурі підприємства та її складнику – інноваційній креативній культурі. Через це на кожному сучасному підприємстві повинна впроваджуватись так звана «культура змін», яка культивує креативність і позитивне відношення працівників до новацій.

Креативне середовище для управлінця є сукупністю методів пошуку та реалізації управлінських рішень у процесі здійснення інноваційної діяльності. Креативне середовище для менеджера також визначається його соціально-

психологічними характеристиками, певними стереотипами поведінки, соціальною і ціннісною орієнтацією та професійною спрямованістю.

Для забезпечення ефективного впровадження креативного менеджменту та отримання максимального результату керівництву необхідно розробити послідовну систему креативного менеджменту, яка складатиметься з таких напрямів як: формування організаційних структур, що підтримують креативність; розроблення організаційних систем і процедур, що активізують креативність і створення нового знання; організаційна культура і креативне лідерство [3]. Оскільки в основі кожної інновації закладена ідея, а головним генератором ідей є талановиті працівники, то основним завданням формування креативного середовища підприємства є встановлення балансу на таких трьох рівнях: 1) на всіх етапах креативного процесу; 2) між усіма головними функціями організації; 3) у підходах і методах управління.

Актуальним напрямком подальших досліджень є формування механізму створення креативного середовища на підприємстві, вивчення тенденцій, які безпосередньо впливають на інноваційну культуру, а також дослідження культури змін і розробка підходів до управління змінами.

Список літератури

1. Вовк І.П. Креативний менеджмент. Курс лекцій для студ. спец. 8.03060102 «Менеджмент інноваційної діяльності», 8.18010012 «Управління інноваційною діяльністю» / Укладачі: І. П. Вовк, Ю. Я. Вовк. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015. – 120 с.

2. Йохна М.А. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посібник / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К. : ВЦ «Академія», 2005. – 400 с.

3. Креативний менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://moodle.ipo.kpi.ua/moodle/mod/resource/view.php?id=32274>

4. Свідрук І.І. Особливості креативного менеджменту на макрорівні / І.І. Свідрук // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». – Одеса: ПУ «Причорноморський НДІ економіки та інновацій», 2018. – № 30. – Ч. 1. – 206 с.