

Драчук Ю.З., д.е.н., професор, пров.наук співр.;
Сав'юк Л.О., к.т.н., доцент, докторант,
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ
Снітко Є.О., к.т.н., доцент, зав. кафедри менеджменту,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, м.
Старобільськ, Україна

ДО ТВОРЧОГО ПІДХОДУ В КРЕАТИВНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Для переходу на стадію інноваційного суспільства важливим є інтенсивне впровадження та розвиток у всіх сферах діяльності креативних процесів. Цей напрямок стає постійною практикою і основним джерелом конкурентних переваг в розвинених країнах. Як відзначається дослідниками «практично в будь-якій сфері виробництва в кінцевому підсумку перемагає той, хто володіє творчим потенціалом. В сучасному менеджменті управління процесами формування і використання творчого потенціалу відноситься до «креативного менеджменту». Саме тому актуальним стає запровадження креативного менеджменту і в нашій країні» [1]. З аналізу літературних джерел з цього питання слід відзначити ряд дослідників, в тому числі зарубіжних Дж. Гілфорд, Е. Торренс, Дж. Хокінса, Р. Флоріди, Ч. Лендрі, де вони розглядають креативність як фактор створення сучасного устрою життя і атрибуту розвитку нової економіки. До сучасних вітчизняних науковців, праці яких присвячені питанням креативного менеджменту і креативній економіці, слід віднести К.В. Білецьку (формування креативного лідера як менеджера нового покоління) [2], О.П. Пашенко (креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу) [1], Г.В. Назарову (креативна економіка та менеджмент) [3] та ін. Так, Назарова Г.В. зазначає, що розвиток світової системи на сучасному етапі «характеризується переходом до постіндустріального типу, заснованого на домінуванні знань, сфери послуг, інтелектуальної праці, досягнень науки і культури, інновацій, глобальних інформаційних систем і новітніх технологій у бізнесі» [3]. Як зазначають дослідники, головним інструментом в креативній економіці – це знання, ресурс – інформація, продукт – інновація, де концепція креативної економіки об'єднує такі поняття, як "інформаційна економіка", "економіка знань" та "інноваційна економіка". Тобто креативність – це здатність знайти та визначити проблему; генерувати значну кількість ідей; продукувати не схожі між собою проблеми; знаходити оригінальні відповіді, нестандартні рішення; удосконалювати об'єкт, додаючи окремі деталі; бачити в об'єкті нові ознаки, можливості для його нового використання. У кожному з нас закладено потенційні здібності, які за грамотного підходу можна розкрити. Людина може працювати творчо тільки там, де добре себе почуває, де якомога більше свободи і самостійності, де задіяні знання і навички співробітників, є можливість самореалізації. В цьому сенсі слід звернутися і до системи освіти. Сучасна освітня система більшості країн світу характеризується докорінними

змістовними змінами – гнучкістю, пристосованістю, якісними показниками дослідження, інноваціями, що відповідають вимогам Smart-освіти. Освітній процес у Smart-університетах – це безперервна взаємодія викладачів і студентів, самих студентів один з одним, і завдяки інформаційним технологіям вони стають активними учасниками навчального процесу і отримують можливість вносити до нього власні корективи. Американський вчений П. Друкер обґрунтував появу нової економіки – економіки знання і нового суспільства – суспільства знання. У науковій праці він відзначає: «інтелектуальні працівники володіють своїми «засобами виробництва», що полягають у їхніх знаннях, тому традиційні працівники значно більше потребують місця на виробництві, аніж виробництво потребує їх. Інтелектуальні працівники та підприємства для ефективної роботи повинні являти собою симбіоз, у якому кожна зі сторін однаково буде потребувати іншої [4]. Відомий український вчений В. Геєць економіку знань характеризує як «економіку, в якій головним фактором є процеси накопичення та використання знань; спеціалізовані (наукові) знання, як і повсякденні, стають важливим ресурсом, який поряд із працею, капіталом і природними ресурсами забезпечує зростання і конкурентоспроможність економічної системи» [5, с. 257]. Таким чином, мова йде про виховання соціально компетентної особистості, де в розвиненні самореалізації співробітників різних галузей й соціального устрою важливу роль відіграє творча особистість самого керівника, його життєвий досвід і мудрість, натхнення духовного наставника, висока майстерність, зацікавленість у своїй справі. Суспільству потрібна інтелектуально й соціально компетентна особистість, здатна критично мислити, творчо діяти, застосовувати набуті знання в нестандартних ситуаціях.

Вимогою сьогодення є виховання висококваліфікованих працівників, що здатні вести творчий пошук, мають практичні навички, вміють знаходити рішення нетривіальних проблем. Цим поєднуються, як зазначають дослідники, всі економічні сфери, у яких здійснюється розроблення креативних продуктів і послуг, включаючи сферу науково-технологічних розробок і їх комерціалізації.

Література:

1. Пащенко О.П. Креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 17. 2017. С. 406-410.
2. Білецька К.В. Засади формування креативного лідера як менеджера нового покоління / К.В. Білецька // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 4. – С. 58–64. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economic-journal.ideil.com/content/files/1g/aj/1gajnap1sv71u5edmgsmr1j881j2im7g.pdf>.
3. Назарова Г.В., Сотнікова Ю.В. Креативна економіка та менеджмент: навчальний посібник [Електронний ресурс] /. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 160 с.
4. Друкер Питер Ф. Энциклопедия менеджмента / пер. с англ. Питер Ф. Друкер. Москва : Издательский дом «Вильяме», 2004. 432 с.

5. Геєц В.М. Соціально-економічні трансформації при переході к економікє знаній: Соціально - економічні проблеми інформаційного общества / под ред. д.э.н. Л.Г. Мельника. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. 430 с.