

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

*Підкаміньний І.М., к.е.н., доц., Самокиш О.В., ст. викл.
Київський національний торговельно-економічний університет*

В Україні кожне шосте підприємство займається інноваційною діяльністю, проте основна частка витрат (понад 70%) на таку діяльність припадає на придбання машин і обладнання. На створення та купівлю нових знань підприємствами витрачається менше 10% коштів, виділених на інноваційну діяльність. На нашу думку, це пов'язано з тим, що створення, впровадження та поширення інновацій в інноваційному підприємстві зумовлюється поглибленим поділом і спеціалізацією управлінської праці, а також її ускладненням.

Таке ускладнення призвело до виникнення різних видів і типів менеджменту. Особливе значення і специфічну роль «міжфункціональних» видів менеджменту має інноваційний менеджмент, розвиток якого тісно пов'язаний зі зміною організаційної культури у напрямку створення умов «розкріпачення» особистості, при цьому творчий інноваційний процес стає предметом невимушеного чуттєвого й емоційного вибору особистості, що поєднує інноваційний менеджмент з творчістю працівників.

Особливості інноваційного менеджменту полягають в тому, що, з одного боку, необхідно стимулювати генерування якомога більшої кількості ідей, пов'язаних з інноваціями, забезпечити достатню свободу дій учасників інноваційного процесу, створити для них позитивні мотиви діяльності, а з іншого – необхідно спрямовувати інноваційний процес відповідно до стратегічному розвитку організації, на що, до речі, і націлений правильно організований креативний менеджмент.

Інноваційна діяльність, як така, неможлива без творчого ставлення до її здійснення. Творчість – це створення нових за задумом цінностей, інакше кажучи, творчість – це завжди – щось нове та інше. Отже, саме творчість є тою загальною рисою, що властива як інноваційному, так і креативному менеджменту.

Отже, із залученням в механізм інноваційного менеджменту методів та засобів евристики, утворюються новий його напрям – креативний менеджмент, який з часом вийшов за його межі.

Взагалі, пояснення або характеристика феномену креативного менеджменту обмеженими жорсткими межами понять навряд чи може бути достатнім, тому що функціонування креативного менеджменту можливе тільки у багатогранному креативному середовищі підприємства, тільки за умов використання різноманітних способів і засобів мотивування (особливо внутрішнього), активізації й розвитку креативності працівників.

Отже, у широкому сенсі, креативний менеджмент – це:

- певна філософія підприємства;
- відкриті, переважно горизонтальні комунікації в середовищі;
- відвертий, толерантний, емпатійний стиль спілкування між працівниками;
- лідерство, а не влада;
- здібності, особливі вміння та компетенції;

– креативне середовище в підприємстві.

Таке широке трактування креативного менеджменту дозволяє достатньо глибоко зрозуміти його сутність, зміст та умови функціонування. Креативний менеджмент вимагає радикальної зміни загальної філософії та перебудови всього підприємства. Основними напрямками таких радикальних змін можуть бути:

– чітко виражена стратегічна спрямованість підприємства зі створенням адхократичної або громадянської організаційної культури;

– дружнє ставлення до всього зовнішнього середовища, тісна співпраця з ним, розвиток соціальної відповідальності тощо;

– трансформація організаційної структури підприємства й управління з переходом від бюрократичних структур до органічних, адаптивних (проектних, матричних) і до утворення в підприємстві стратегічних підрозділів на підґрунті бізнес-процесів;

– перетворення підприємства в організацію, що сама навчається з поглибленням і розширенням компетенцій працівників, включаючи набуття навичок з креативної технології;

– докорінна зміна системи управління персоналом з домінування управління працею на домінування управління творчою особистістю;

– розвиток горизонтальних комунікацій, які сприяють швидкому обміну релевантною інформацією та спілкуванню;

– побудова системи стимулювання, спрямованої на внутрішні мотиви і вияв творчої активності працівників.

Реалізація таких напрямів сформує підґрунтя перетворення підприємства в креативну організацію, здатну створювати знання та перетворювати їх в інновації.

Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 22–24 червня 2012 року / за заг. ред. -О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 109-110.