

Пристапа Ірина

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Демків І.О.)

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Однією з основних складових потенціалу розвитку підприємств є інтелектуальні ресурси суб'єктів управління. З огляду на те, що суб'єкти управління мають різний рівень професійної підготовки, трудового досвіду, колективні та індивідуальні цілі, які базуються на потребах, уподобаннях, амбіціях тощо, то використання інтелектуальних ресурсів для розвитку організації є доволі проблематичним. Проблема полягає у тому, що досі не розроблено науково обґрунтованих теоретичних основ і методико-прикладних рекомендацій з розвитку систем управління інтелектуальними ресурсами підприємств, зокрема систем креативного менеджменту. Це не дає змоги керівникам підприємств раціонально використовувати креативні можливості суб'єктів управління для розв'язання виробничо-господарських проблем, здобувати конкурентні переваги на ринку, застосовувати інноваційні ідеї щодо оптимізації управління потоками ресурсів на підприємстві.

Для того, щоб підвищити результативність розроблення і реалізації креативних рішень, на підприємствах доцільно формувати системи креативного та інноваційного менеджменту. Під системою інноваційного менеджменту доцільно розуміти сукупність керуючої і керованої підсистем управління, які взаємодіють у напрямі акумулювання ідей щодо досягнення позитивних економічних, технологічних, соціальних та інших ефектів на засадах доведення висунутих ідей до рівня інноваційного продукту або технології та їх запуску у виробничий процес. Своєю чергою, креативний менеджмент доцільно трактувати як підсистему інноваційного менеджменту, що передбачає забезпечення здатності суб'єктів управління висувати і розвивати нові ідеї, що

набувають форми наукової або технологічної інформації. У результаті креативної діяльності суб'єкти системи креативного менеджменту отримують наукову або технологічну інформацію, а у результаті інноваційної діяльності – розробляють новий або покращують наявний продукт чи технологію. Крім того, в системі креативного менеджменту суб'єктами керованої підсистеми управління є лише працівники, які висувають і аналізують нові ідеї, а в системі інноваційного менеджменту до цієї групи суб'єктів належать усі працівники, які залучені до розроблення і реалізації ідей.

До умов розвитку системи креативного менеджменту на підприємстві належать: відсутність адміністративного тиску на працівників, залучених до висунення і розвитку креативних ідей; гарантування безпеки цих працівників, а також членів їхніх сімей; можливість самостійного вибору форми збору, обробки і подання інформації під час вироблення креативних рішень; відсутність загроз звільнення або пониження посади працівників, залучених до висунення і розвитку креативних ідей, в разі неприйнятності запропонованих ідей; наявність доступу до конфіденційної інформації та інформації з обмеженим доступом; отримання повноважень виступати у ролі керівника робочої групи, що працює над удосконаленням і аналізуванням креативного рішення, схваленого керівниками підприємства.

Доведено, що системи креативного менеджменту доцільно поділяти на: постійні (наявність в організаційній структурі управління підприємством постійнодіючого окремого структурного підрозділу, який спеціалізується на науково-дослідній роботі. Альтернативою може бути наявність постійного розподілу повноважень між працівниками різних підрозділів організації щодо виконання науково-дослідних робіт); тимчасові (ці системи виникають в разі організованого керівниками підприємства цілеспрямованого активізування творчих пошуків внаслідок виникнення гострої виробничо-господарської проблеми.

Особливістю цих систем є те, що їх виникнення супроводжується створенням тимчасових робочих груп); комбіновані (вони є поєднанням постійних і тимчасових систем. Тобто в умовах постійно діючого науково-дослідного підрозділу на підприємстві в разі необхідності може створюватись також тимчасова робоча група. Вони спільно розробляють креативні ідеї, виконують їх первинний аналіз, групують найперспективніші варіанти розв'язання виробничо-господарських проблем і доводять їх до керівників підприємств).

Ключовими аспектами, які дають змогу ідентифікувати креативний менеджмент як окрему підсистему управління в системі інноваційного менеджменту, є його цілі і об'єкти управління. Цілями креативного менеджменту є: забезпечення здатності суб'єктів управління пропонувати і розвивати нові ідеї, що набувають форми наукової або технологічної інформації; акумулювання нових ідей у формі наукової або технологічної інформації, а також доведення висунутих ідей до рівня зразка інноваційного продукту або технології, на які можна отримати права інтелектуальної власності. Місце системи креативного менеджменту в системі управління підприємством істотно визначається функціями, які вона виконує (інформаційно-аналітична, спонукальна, відтворювально-розвиваюча). Усі з виділених функцій мають інформаційну основу. Так, перша з виділених функцій передбачає створення і трактування інформації, друга – формування різних форм подання (доведення) інформації до суб'єктів креативного менеджменту на засадах врахування їх мотивів, третя – збереження і перетворення наявної інформації у вищі, складніші і досконаліші форми.

Розвиток управлінських систем, зокрема системи креативного менеджменту, вимагає дотримання керівниками підприємств певних принципів, а саме принципу причинно-наслідкового зв'язку між метою формування креативних рішень, їх розробленням, оцінюванням і регулюванням; можливості участі будь-якого

працівника підприємства, незалежно від займаної посади, в діяльності робочих груп із висунення креативних ідей і розроблення креативних рішень; комбінованого застосування різних методів акумулювання креативних ідей і вироблення креативних рішень; системності у створенні умов для зацікавленості працівників організації у творчому розвитку; мінімізації витрат часу на розроблення і аналізування креативних ідей і рішень; забезпечення позитивного впливу креативних ідей і рішень на показники економічної ефективності, екологічності і безпеки життєдіяльності; забезпечення конфіденційності інформації про сутність креативних ідей і рішень. Сповідування керівниками підприємства цих принципів є запорукою побудови такої системи креативного менеджменту підприємства, яка з позиції функціонально-процесного підходу буде інтегрованою у систему управління підприємством, зокрема в ієрархію цілей, корпоративну інформаційну систему, виробничі технологічні процеси, а також у бізнес-процеси, що реалізуються за участю постачальників, споживачів та інших ділових партнерів.

З позиції сучасної теорії менеджменту побудова систем управління, зокрема системи креативного менеджменту, базується на декомпозиції, як методі систематизації та ієрархії. Декомпозиція є основою побудови організаційних структур управління, формування системи цілей, створення комунікацій тощо. Доведено, що в системі менеджменту формою прояву декомпозиції є застосовувані класифікації. Їх неадекватність призводить до дублювання функцій, неузгодженості завдань, які керівники підприємств закріплюють за різними підрозділами, складності акумулювання і некоректності оброблення даних про фактори, які впливають на об'єкти управління тощо.

Використані джерела

1. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. *Економка: реалії часу*. 2012. № 3–4(4–5). С. 67–72.
2. Задорожнюк Н.О., Беноєва М.Х. Дослідження ключових понять креативного менеджменту. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2016.