

– CRM дає змогу підприємству втримати вже наявних клієнтів, що фінансово в 5-7 разів дешевше, ніж пошук та залучення нових;

– CRM налагоджує перманентні канали співпраці зі споживачами, що забезпечує зворотній зв'язок, та відкриває можливості пошуку потенційних клієнтів;

– дозволяє визначити частку споживчої аудиторії, яка реально приносить дохід підприємству, та проаналізувати причини неприбутковості співпраці із іншими споживачами;

– створення «ланцюгового ефекту» – задоволений клієнт розповість про це в середньому 5 потенційним споживачам.

Отже, дослідивши вподобання, особливості та побажання своїх споживачів, розуміючи їхні потреби та прогножуючи їхні потенційні вимоги, можна створити товар чи послугу, від яких вони не відмовляться. У свою чергу це призведе до «методу ланцюгової реакції» – збільшення лояльності вже наявних клієнтів та залучення нових і, як наслідок, – зростання прибутковості та довгострокове процвітання діяльності організації. Практичне застосування CRM-системи дозволить підприємству підвищити якість зв'язків зі своїми постачальниками, інвесторами та партнерами. А взаємозв'язки з клієнтами стануть керованими, прогнозованими та прозорими.

Використані джерела

1. Луценко С.І., Управління відносинами зі споживачами – як основа якісних інновацій Концепт. 2018. 187 с. URL: http://nauka.m.com.ua/&{}efektivna_ekonomaka.
2. Рязанцев А. М., Як реалізувати CRM-систему за 50 днів. *Омега-Л; Книжкин Дом*, 2017. №2 (143). С. 188
3. Модель CRM. Концепт. 2018. 98 с. URL: <http://um.co.ua/8/8-2/8-218950.html>.
4. П'ять причин завести CRM-систему і збільшити продажі Концепт. 2016. 139с. URL: <http://openstud.ru/blog/forbusinessmen/crm-implementation/>

Ірина ПРИСТУПА

здобувачка освітньо-професійної програми
«Менеджмент закладів охорони здоров'я» THEU
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу THEU Ірина ДЕМКІВ

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні підприємства, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати і впроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність в ринковій економіці. Адже успіх економічного розвитку підприємства вирішальною мірою залежить від впровадження у його діяльність нововведень та, на цій основі формування конкурентних переваг.

Сучасні тенденції господарювання вимагають від підприємств зміни підходів та інструментів розв'язання тих чи інших завдань, оскільки стандартні підходи вже вичерпали свої резерви підвищення ефективності діяльності підприємства. Одним із можливих варіантів успішного вирішення проблем є застосування інструментів креативного менеджменту, який сприяє особистому та професійному саморозвитку та самовдосконаленню, розвитку ініціативності персоналу підприємства. Крім того, успішний креативний менеджмент дає можливість підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток.

Термін «креативність» означає створення чогось нового. Метою креативного менеджменту є генерація нових ідей і пошук нових рішень для досягнення успіху країни, фірми та організації в різних сферах. Креативний менеджмент спрямований на всебічне розкриття творчих здібностей людей, тоді як традиційне адміністрування засноване на виконанні людьми твердо встановлених правил і не спрямоване на виявлення ними ініціативи і розкриття всіх своїх здібностей.

В основі креативного менеджменту лежить креативність як риса характеру. Креативність – це здатність знайти та визначити проблему; генерувати значну кількість ідей; продукувати не схожі між собою проблеми (тобто мати гнучкість мислення); знаходити оригінальні відповіді, нестандартні рішення; удосконалювати об'єкт, додаючи окремі деталі; бачити в об'єкті нові ознаки, можливості для його нового використання (тобто аналізувати та синтезувати елементи проблеми).

Креативність, як і будь-яку якість характеру, можна розвивати і стимулювати. У кожному з нас закладено потенційні здібності, які за грамотного підходу можна розкрити. Для цього необхідно створити сприятливий психологічний клімат у колективі. Людина може працювати творчо тільки там, де добре себе почуває, де якомога більше свободи і самостійності. Необхідно максимально задіяти знання і навички співробітників, дати їм можливість самореалізації. Особливо важливі мінімізація стресових ситуацій, їх запобігання або швидке вирішення виниклої проблеми. Для розвитку креативності постійно потрібна нова інформація, яку можна отримати на конференціях, тренінгах та семінарах. Вдалі пропозиції та ідеї обов'язково повинні заохочуватися, бо для креативних людей дуже важлива оцінка їхньої праці, іноді вона навіть важливіше, ніж матеріальні стимули [1].

Для сучасного менеджера важливо не стільки мати суму знань, скільки креативно мислити, щоб бути здатним самостійно пізнавати нові реалії й розв'язувати нові проблеми, що виникають в управлінській діяльності.

Для розвитку креативності необхідні такі елементи: компетенція (знання, навички, досвід); творче мислення, гнучкість і наполегливість під час пошуку

рішення; мотивація внутрішня (особиста зацікавленість у розв'язанні проблеми) та зовнішня (матеріальне стимулювання й кар'єрне просування).

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. Креативність передбачає бачення проблем під іншим кутом, наслідком чого є розробка оригінальних способів їх вирішення.

Креативність з позицій психології – це рівень творчої обдарованості, здатності до творчості, що становить відносно стійку характеристику особистості [2].

Отже, креативність є важливою рисою лідера, керівника, а креативний менеджмент – невід'ємною частиною системи менеджменту сучасного підприємства.

Цілями креативного менеджменту є генерування креативних ідей, їх оцінювання і відбір, що дасть змогу приймати ефективні креативні рішення. Завданнями креативного менеджменту є: формування стратегічної політики створення креативної організації; встановлення стратегічних, довго і короткострокових цілей креативної діяльності; створення творчої атмосфери в колективі; розвиток креативного потенціалу працівників організації; формування та розвиток потенціалу менеджера креативного типу; створення ефективних креативних команд; забезпечення здатності будь-якого працівника підприємства висувати креативні ідеї; створення можливостей застосування на підприємстві різноманітних методик і технік креативності для генерації, оцінювання та відбору креативних ідей; стимулювання творчої активності персоналу в організації.

Для того щоб Україні якнайшвидше перейти на стадію інноваційного суспільства, необхідно більш інтенсивно запроваджувати і розвивати у всіх сферах діяльності креативні процеси. Тепер креативність в розвинутих країнах стає постійною звичною практикою і основним джерелом конкурентних переваг. 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.

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. Вип. 1(5). С. 132–135.
3. Шкільняк М.М., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль: «Крок», 2017. 351с.