

кваліфікованих кадрів. Запорукою стабільності колективу є реалізація заходів щодо запобігання плинності кадрів, застосування соціального пакету, створення умов для професійного вдосконалення, забезпечення кар'єрного просування та сприятливого морально-психологічного клімату в колективі.

Висновок. В сучасних умовах на оптимальне забезпечення організацій і підприємств персоналом впливають такі чинники:

- демографічні процеси і якісна структура економічно активного населення;
- реалізація заходів щодо розширення і вдосконалення підготовки і перепідготовки кваліфікованих кадрів і в тому числі з числа безробітних;
- впровадження заходів щодо стабілізації колективів і особливо тих, які запобігають плинності кадрів;
- запровадження моніторингу міграційних процесів з метою запобігання плинності кваліфікованих кадрів.

#### **Використанні джерела**

1. Данюк В.М., Колот А.М., Суков Г.С. Управління персоналом: підручник. К.: КНЕУ; Краматорськ: НКМЗ, 2013. 666с.
2. Шубалий О. М., Рудь Н. Т., Гордійчук А. І., Шубала І. В., Дзямулич М. І., Потьомкіна О. В., Серeda О. В. Управління персоналом : підручник. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

Крегул Антон  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Кривокульська Н.М.)

#### **СУТНІСТЬ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Методологічні підходи до трактування креативного менеджменту розкриваються через: висвітлення знань і досвіду щодо креативного менеджменту, його логіки, зв'язку з іншими процесами на макро-, мезо- і мікрорівнях, підходи, через які він реалізується.

У результаті значного розповсюдження інновацій у всіх сферах життя людини можна спостерігати тенденцію до формування так званого креативного суспільства, в якому головну роль відіграють нові ідеї та інновації. Серед основних характеристик креативного суспільства виділяють:

- систематичне інвестування в креативність у формі витрат на інновації в різних сферах (економіка, наука, техніка, мистецтво, соціальна сфера, політика та ін.);
- зростання практичної віддачі від витрат на інновації;
- зростання кількості професіоналів, зайнятих креативною роботою в різних сферах;
- розвиток венчурного капіталу;

- розвиток інноваційних інфраструктур (технопарків, інноваційно-технологічних центрів і комплексів, інноваційних венчурних фірм, бізнес-інкубаторів) [1].

Креативний менеджмент – поняття складне та багатопланове і може розглядатися щонайменше у двох значеннях:

- як самостійна галузь знань, що має властиві їй специфічні цілі, завдання, предмет і методи дослідження;

- як практична діяльність з управління інноваційно-креативними процесами в організації.

У першому значенні креативний менеджмент виступає як наукова дисципліна, що досліджує теоретичні закономірності і практику креативно-інноваційної діяльності організацій із метою підвищення ефективності генерації нових ідей і знань, що слугують основою інновацій. У другому значенні креативний менеджмент представляється системою певних управлінських заходів, спрямованих на максимальну мобілізацію творчого потенціалу працівників і створення нових конкурентоздатних ідей, які можуть бути використані в інноваційній діяльності організації [2].

У сучасній науці сформувалося уявлення про креативний менеджмент як управління працівниками організації, спрямоване на максимальне розкриття і використання їх творчих здібностей на передпроектній і проектній стадіях інноваційного циклу для створення нових конкурентоздатних ідей у різних галузях людської діяльності [3].

Креативний менеджмент в організації – це особлива управлінська діяльність, що спрямована на активізацію творчої діяльності працівників щодо генерування, пошуку, розвитку, поєднання креативних ідей, їх оцінювання та вибору з метою реалізації інноваційного розвитку організації та одержання високих економічних, соціальних, екологічних результатів [4].

Формування та розвиток творчих здібностей персоналу організації є завданням креативного менеджменту. Останній тісно пов'язаний з розвитком таких напрямів менеджменту в організаціях, як: управління персоналом, стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, самоменеджмент, організаційна культура, маркетинг.

Розвиток будь-яких організацій вимагає розвитку усіх їх підсистем (кадрової, управлінської, ресурсної підсистем, підсистеми підготовки і ухвалення рішень та інших). У забезпеченні інноваційних змін в організаціях вирішальне значення відіграє персонал, ефективність використання якого є одним з основних показників оцінки систем управління інноваційними процесами. У зв'язку з цим, необхідність формування творчих здібностей, креативності персоналу набуває особливого значення для інноваційного розвитку організації, її конкурентоспроможності.

Головним тут є формування колективів творчих особистостей, здатних адекватно реагувати на інноваційні зміни та ініціювати такі зміни в організації.

В умовах реформування сфери охорони здоров'я актуальності набуває використання у діяльності закладів цієї сфери інноваційного і креативного підходів до управління ними. У контексті цього, логічним буде вказати на те, що вперше, розділив сфери інноваційного та креативного менеджменту А.Прігожин, обумовлюючи його наступними тезами, на які посилається у своїй науковій праці [5] її автор:

- проблема креативного менеджменту, з організаційної точки зору, полягає у створенні тимчасових творчих колективів для формування банку нових ідей, а інноваційний менеджмент стосується реалізації найбільш слухних пропозицій та їх комерціалізації;

- креативний менеджмент спирається на креативістику – галузь знань про продуктивне колективне вирішення творчих завдань, а інноваційний – на інноватику – галузь, що вивчає формування нововведень та їх поширення, а також способи розробки інноваційних рішень;

- інноваційний менеджмент оперує з інтелектуальним продуктом як цілим і неподільним, а креативний – розглядає його, поелементно, як складне утворення;

- інноваційний менеджмент та креативний менеджмент розглядають один і той самий об'єкт, однак інноваційний – із зовнішнього боку, як статичний, завершальний, а креативний – з внутрішнього, як процес створення у динаміці.

Креативний менеджмент в організації як процес націлений на досягнення кінцевої мети і цілей, а саме:

- метою креативного менеджменту є формування креативних рішень, реалізація яких забезпечуватиме організації отримання конкурентних переваг та інноваційний розвиток суспільства в цілому.

- цілями креативного менеджменту є генерування креативних ідей, їх оцінювання і відбір, що дозволить організації сформувати ефективні креативні рішення у сфері власної діяльності.

В основу концептуальних позицій креативного менеджменту покладені системний, процесний, ситуаційний і функціональний підходи.

З позицій системного і процесного підходів, креативний менеджмент, будучи системою, вимагає наявності її компонентів, якими є: суб'єкти і об'єкти такого менеджменту; принципи; функції цього менеджменту. Більше того, безпосередньо функціональний підхід вимагає визначення переліку функцій, покладених на креативний менеджмент.

### **Використані джерела**

1. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва : Издательский дом "Классика XXI", 2007. 432 с.
2. Довгань Л.Є., Ситник Н.І. Креативний менеджмент: Навчальний посібник. Л. Є. Довгань, Н. І. Ситник. К.: НТУУ «КПІ», 2014. 248 с.
3. Журавлев В.А. Креативное общество, креативная экономика и инновации. Сборник докладов по итогам международной научно-практической конференции, Москва, 29 мар. – 09 апр. 2010 г. Под общей редакцией проф. Мельникова О.Н. М.: «Креативная экономика», 2010. С. 11-15.
4. Кузьмін О.Є. Креативний менеджмент : навч. посібник. О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, І.В. Литвин, Д.К. Зінкевич. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 124 с.
5. Свидрук І.І. Креативний менеджмент: навч. посібник. І.І. Свидрук. К. Центр учбової літератури, 2012. 224 с.

Кривокульська Наталія

Західноукраїнський національний університет

(к.е.н., доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ)

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІДЕРСТВА ТА ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ**

Сьогодні об'єктивно необхідним є забезпечення результативної (надання необхідних і якісних державних послуг юридичним та фізичним особам, виробництво якісної продукції) та ефективної (науково-обґрунтована структура та чисельність штатного персоналу) діяльності організацій підприємницького і публічного секторів економіки. Про це, наприклад, свідчать тенденції реформування та розвитку публічної служби, які охоплюють: професіоналізацію служби та вдосконалення інструментів управління нею; використання на публічній службі прийомів і методів з приватного сектора економіки; розвиток лідерства; інформатизацію; розвиток співпраці з громадськістю.

Сутність узагальненого європейського досвіду полягає в тому, що метою модернізації публічної служби, зокрм, державної служби, визначено трансформацію її філософії та культури на культуру бізнесу. Методологічним інструментом реформ виступила концепція держави, орієнтована на споживача послуг. Реформи здійснювалися в чотирьох сферах державного сектора, доступних для швидкого реформування: 1) управління державними видатками; 2) управління кадрами і державною цивільною службою; 3) організаційна структура державної влади; 4) розподіл компетенції між центральними і регіональними органами влади і поділ функцій з надання послуг (освіта, охорона здоров'я і т.д.) між державою та неурядовими організаціями [1].

Світові тенденції розвитку публічної служби показують, що проявом змін на цій