

Будурян Т.А., старший преподаватель, м.э.н.,
Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР УСПЕХА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

После завершения эры индустриального развития и перехода человечества на другие системы, экономика перестала полностью базироваться на услугах, а основой становится творчество, создание нового. Современная волна развития экономики, по мнению современных исследователей, именно творческая. Творческая (креативная) составляющая в настоящее время становится главным требованием для конкурентоспособности любого предприятия. Глобализация, которую мы наблюдаем, повышает масштабы и требования к бизнесу, поскольку маркетинг, закупки, производство, НИОКР, дистрибуция и логистика нацелены на общемировые рынки. Управление творческой и инновационной деятельностью становится важнейшей составляющей деятельности любой современной организации.

Еще недавно речь шла об экономике как экономике знаний, экономике информационной. Сегодня же речь идет об экономике креативной, что основано на достижении экономики знаний, опирающуюся прежде всего на материализации новых идей и замыслов. Креативная экономика – это экономика творческого сектора, в который входят в основном процессы, происходящие в сфере услуг, однако результаты деятельности в этой сфере можно обнаружить практически во всех отраслях экономики. Она опирается на значительный удельный вес креативного класса, который считается мотором инноваций и новых подходов, как в сфере научно-исследовательской деятельности, так и в области бизнеса, искусства, культуры или дизайна.

Для всех руководителей и работников использование креативности в своей деятельности является все более актуальным. Менеджеры заинтересованы развивать свой собственный креативный потенциал, формировать креативную среду на предприятии, а также создавать эффективные креативные команды, которые будут способны нестандартно, творчески мыслить, находить новые идеи и подходы к управлению.

Целью статьи является исследование применения креативных технологий в управлении организацией.

Одними из первых, кто в своих работах затронул тему креативной экономики, были Дж. Хоукинс (Howkins, 2001) и Р. Флорида (Florida, 2002). Как пишет Р. Флорида: «... современная экономика, по сути, является креативной экономикой. Я, безусловно, согласен с теми, кто говорит, что развитые страны переходят к типу экономики, основанной на информации и управляемой знаниями ... » [1]. Он утверждает, что креативность уже давно вышла за рамки индивидуума и теперь выступает в качестве наиболее важного ресурса экономики, поскольку

позволяет совместить бизнес, культуру и инновации. Он утверждает, что именно креативность, а не информация или знания, играет ключевую роль в современном процессе социально-экономического развития. Однако, если Флорида определяет креативную экономику на основе профессий (рода занятий), то Хокинс делит ее на пятнадцать отраслей «Креативной индустрии», включающих программирования, исследования и конструкторские разработки, а также индустрии креативного содержания, такие как кино и музыка. Эти индустрии производят интеллектуальную собственность в виде патентов, авторских прав, торговых марок и оригинальных разработок [1].

В трудах зарубежных и отечественных ученых, освещены подходы применения креативных технологий в менеджменте. Учитывая их значимый вклад в исследование проблемы применения креативных технологий на предприятии, существует необходимость обоснования роли и места креативных технологий как приоритета эффективной стратегии развития современного предприятия.

По мнению многих ученых креативные технологии является средством создания инновационных решений, которые в свою очередь являются результатом креативной человеческой деятельности.

Когда креативная человеческая деятельность направлена на создание инноваций, то это является процессом их формирования, созданных путем реализации человеческого потенциала как самого ценного ресурса предприятия. В этом контексте креативный потенциал является одним из типов ресурсного потенциала предприятия, управление которым является конкретной функцией менеджмента. Таким образом, креативный менеджмент, представляет собой поиск и применение в практической деятельности креативных идей, которые предусматривают решение точно установленного задания через организацию и управление креативной деятельностью персонала.

Термин «креативность» это создание чего-то нового. Основу этого слова составляет английский существительное «creativity» – творчество, который происходит от латинского слова «creatio» - создание.

Креативный менеджмент реализуется на предприятии, основываясь на следующих принципах:

- эффективное лидерство;
- новаторство, ориентация на рынок;
- стимулирование экспериментов;
- постоянное самосовершенствование на основе новейших знаний;
- готовность к изменениям и вызовов как внутреннего, так и внешней среды;
- акцентирование на стратегии развития, использования новых ресурсов;
- ориентация на уникальность и оригинальность продукта (услуги);
- эффективная мотивация реализации творческого потенциала [2].

Искусство, мастерство, совокупность средств работы менеджера, а также навыки и приемы, используемые им в процессе деятельности, стали называть техникой работы менеджера, по аналогии с другими видами деятельности: музыкальная техника, техника безопасности, стихосложения или, например, техника владения мячом. В нашем случае речь идет о технике овладения информацией, о методах, приемах и инструментах работы с ней в процессе выполнения

функций управления и принятия управленческих решений. Поэтому техника работы менеджера связана с рядом категорий менеджмента [3].

Эффективный креативный менеджмент возможен только при условии наличия креативного лидера или креативных способностей у руководителя.

Основными характеристиками и креативного лидера являются:

- отдавание предпочтения тем целям, которые воспринимаются с энтузиазмом работниками, а также умение определять их;
- владение стратегическим мышлением, умение прогнозировать и оценивать ситуации;
- умение заранее, заблаговременно определять проблемы, когда они еще только зарождаются;
- создание команды с высоким уровнем доверия друг к другу;
- способность принимать рискованные решения в любых ситуациях и нести ответственность за результат;
- способность делать правильные и удачные выводы при дефиците информации;
- развитая психологическая саморегуляция, что определяет отношение к проблемам и к их оценке;
- умение воспринимать, понимать, принимать и использовать точки зрения, отличные от собственных или даже противоположные им;
- способность быстро перестраиваться психологически при изменении условий деятельности или перехода к выполнению принципиально новых задач;
- способность к скрытому руководству, что предполагает включение людей в деятельности на неформальной основе;
- владение стилем лидерства от «тренера» или «советчика» до «генератора конфликтов», «комика» или «героя»;
- умение менять стиль руководства, переходя от одного к другому, не теряя доверия подчиненных.

Предпосылками формирования креативных технологий на предприятии являются:

- наличие руководителей, имеющих знания, опыт, личные качества, необходимые для проведения изменений, принятия креативных решений в управлении;
- наличие на предприятии сотрудников, способных инициировать и продвигать изменения и достаточное их поддержка со стороны руководства;
- наличие у предприятия работоспособной системы раннего выявления шансов и угроз во внешней среде;
- высокий уровень креативности организации в основе которого: установление стимулирующих к творчеству целей, формирование открытого внутреннего «рынка» идей и талантов, выделение сферы бизнеса для экспериментов с рисковыми идеями;
- рост гибкости организационных структур и процессов;
- действенная мотивация персонала на развитие фирмы, доверие персонала относительно стратегического видения руководителями развития предприятия и возможности реализации ими этого видения.

Необходимость проведения характеристики сущности и управления разработкой и применением креативных технологий на предприятии, сводится к выделению в процессе управления трех главных компонентов:

- формирование;
- использование;
- развитие креативного потенциала предприятия.

В процессе взаимодействия между составными частями потенциала креативных технологий можно выделить прямую и обратную связь. Прямая связь определяет зависимость потенциала креативных технологий в управлении от развития материального производства и характеризуется:

- зависимостью выбора основных направлений формирования управленческих решений, осуществляемых путем применения креативных технологий, от уровня и потребностей материального производства;
- величиной основных фондов, которую общество может выделить в данный момент в сферу науки;
- количеством работников, в частности – управленцев, которые могут быть привлечены к креативной деятельности по разработке управленческих решений.

Обратная связь показывает зависимость материального производства от величины потенциала креативных технологий в управлении и характеризуется:

- влияние исследований и креативных разработок на предметы труда и процессы управления на предприятии;
- созданием на основе креативных разработок в области управления разработок новых методов и подходов к управлению предприятием;
- изменением места человека в процессе производства и управления.

Для решения проблемы обеспечения развития предприятий на инновационной основе предложен подход относительно формирования креативного потенциала как основного элемента системы управления стратегическим потенциалом.

Система управления должна определять потенциальные возможности, которые формируются для реализации как общей, так и других стратегий, а не следовать за этими возможностями, поэтому она должна быть креативной по своей сути и способствовать развитию.

Экономическая эффективность предполагает получение экономической выгоды в различных сферах деятельности (экономической, финансовой, социальной, общественной), которая будет получена от внедрения креативных технологий на предприятии. Показатели эффективности креативных технологий на предприятии могут отражать:

- соотношение затрат и полученных результатов от реализации креативного продукта;
- эффективность креативных технологий на предприятии с точки зрения интересов всего национального хозяйства, а также регионов, отраслей производства, организаций, участвующих в проекте;
- социальный эффект (насыщение рынка продуктами первой необходимости невысокого уровня рентабельности);
- рост конкурентоспособности предприятия, освоение новых рынков сбыта продукции [4].

Итак, основной задачей креативных технологий на предприятии является стимулирование креативного мышления у работников, командная работа, при которой учитывается и активизируется творческий потенциал каждого ее члена.

Литература

1. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.
2. Корпоративна культура: [навч. посіб.] / [Г.М. Захарчин, Н.П. Любомудрова, Р.О. Винничук, Н.В. Смолінська]. – Львів, 2011. – 317 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://moodle.znu.edu.ua/luginfile.php?file=/129615/mod_resource/content. – Дата доступа: 17.10.2020.
3. Беяцкий, Н.П. Креативный менеджмент: учеб. пособие / Н.П. Беяцкий. – Минск, 2016 – 290 с.
4. Белецкая, К. Принципы формирования креативного лидера как менеджера нового поколения / К. Белецкая. // Экономический журнал Восточноевропейского национального университета имени Леси Украинский. – 2015. – № 4. – С. 58–64.

УДК 331.1

Бурачек И.В., к.э.н., доцент

Ярмолюк Д.И., ассистент

Государственный университет «Житомирская политехника»,
г. Житомир, Украина

ТИМБИЛДИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Психологический климат – это важная составляющая каждого трудового коллектива. В коллективе, где царит дружеская атмосфера и проблем меньше, и работники более лояльны и мотивированы. Неудивительно, что каждый руководитель пытается повлиять на сплочение коллектива и улучшение микроклимата в организации. Одним из эффективных методов улучшения взаимодействия коллектива является тимбилдинг.

Team building с английского переводится как построение команды. Можно назвать несколько определений тимбилдинга: 1) это меры, направленные на создание определенной атмосферы в коллективе, которая будет способствовать достижению общих целей и сплочению персонала [2, с. 9]; 2) это техника управления, которая используется для повышения эффективности и производительности рабочих групп с помощью различных мероприятий. Она предусматривает анализ и наблюдения для формирования сильной и способной команды [1, с. 16–18].

В качестве вывода, сформулируем собственное определение термина: тимбилдинг – модель корпоративного менеджмента, при которой реализуется стремление сформировать команду, которая представляет собой нечто большее, чем просто группу совместно работающих людей, для результативной и продуктивной работы, как коллектива, так и предприятия в целом.

Одной из важнейших функций тимбилдинга является выявление несовместимых людей и определения способов их неконфликтного взаимодействия, что особенно важно на первой стадии – стадии формирования коллектива.

Особое значение тимбилдинг приобретает на стадиях становления и нормирования, поскольку опыт украинских и зарубежных компаний, добившихся значительных успехов в организационной и инновационной деятельности, под-