

УДК 658.336:331.446.4

КРЕАТИВНІСТЬ – ОБ’ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Наталія Павленчик
д. екон. наук, професор

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Інноваційні процеси є основою соціально-економічного розвитку країни. Якщо економічна система 80 - 90 рр. ХХ ст. характеризувалася екстенсивністю, розвивалася на основі збільшення кількості використовуваних ресурсів, то економічне зростання сучасного суспільства має інтенсивне спрямування, воно пов'язане з підвищенням якості використовуваних ресурсів і досягнень науково-технічного прогресу. Отже, перспективи розвитку сучасного суспільства прийнято пов'язувати з розвитком та запровадженням нових технологій у різних сферах та напрямках діяльності, зокрема соціальної, гуманітарній, індустріальній, інформаційній, управлінській тощо. Ефективний сучасний бізнес вимагає динамічності та гнучкості, тому керівникам підприємницьких структур доводиться проявляти креативність не лише для модернізації виробничої та маркетингової стратегії, а й для вдосконалення кадрової політики.

Необхідність упровадження креативного менеджменту на сучасних підприємствах як елемента системи управління сучасним підприємством обговорювалося[2]. Автор у своїх дослідженнях акцентував увагу, що управління творчістю персоналу передбачає створення основи для розвитку та використання творчих здібностей співробітників, формування додаткових мотиваторів творчої енергії, генерування інноваційних ідей, ухвалення креативних управлінських інженерних рішень та розроблення інноваційних продуктів для подальшої комерціалізації та ін.

Креативний менеджмент – це те, що потрібно у ХХІ ст. задля того, щоб бізнес залишався на плаву та зберігав свою конкурентну перевагу. Головна навичка, яку нині керівники шукають у кваліфікованих працівниках, – креативність. Причиною цього є те, що творчі люди є незалежними мислителями та інноваційними у розв'язанні проблем. В основу креативного мислення покладено логіку, яка сприяє отриманню бажаних результатів. Управління креативністю забезпечує розвиток креативних умінь індивіда, його здатності генерувати принципово нові ідеї та доводити їх до конкретного результату [1]. Наявність креативності в менеджерів та загалом у працівників зумовлює

виникнення в колективі нових і корисних ідей, продуктів або послуг, виробництв яких забезпечується індивідуумом або групою людей, які працюють разом. Це зумовлює кращі результати роботи підприємства та можливість його динамічності й адаптації до ринкового середовища.

Результатом успішного формування та розвитку креативного менеджменту на підприємстві стає формування нової організаційної моделі, яка називається креативна організація, тобто організації, яка постійно модернізується, самонавчається та продукує інновації на основі управління креативною діяльністю і тим самим забезпечує собі успіх у жорсткій конкурентній боротьбі за несподіваних змінах зовнішнього середовища [2].

Як зазначали дослідники [3], управлінська креативність – це соціально-професійна компетенція суб'єктів діяльності, що передбачає здатність до продуктивної активності, результатом якої є формування нових нестандартних підходів, технологій і методів здійснення функцій з управління соціальними групами й організаціями. Слід зауважити, що управлінська креативність забезпечується особистісними рисами та властивостями не лише одного менеджера або керівника підприємства, а в поєднанні з аналогічними рисами членів команди або колективу.

Мотивація передбачає використання сукупності взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив загалом щодо досягнення індивідуальної і спільної мети діяльності підприємства. Чим більше працівник усвідомлює свою значимість, чим більше він захищений у власній результативності – тим більше знань, сил і натхнення він готовий віддати роботі [4].

Вибір методу мотивації залежить від багатьох чинників, зокрема етапу становлення та розвитку підприємства, його виробничої спрямованості та фінансового становища, матеріально-технічного забезпечення, структури та чисельності працівників, умов праці та її безпеки, форми організації виробництва та праці тощо [5]. Водночас надзвичайно важливим є розуміння того, що найбільше вмотивує того чи іншого працівника. Уся система мотивації спрямована на підвищення результативності та ефективності підприємства загалом і окремого працівника зокрема. Працівник повинен бути вмотивований відповідно до мети, яка зумовлена його потребами та бажаннями їх задовольнити. Мотивація – це найкращий спосіб дати можливість розкритися замкненому в людині потенціалу, досягти його ініціативності та максимальної віддачі.

Список використаних джерел

1. Бортнікова М. Г., Крохмальна Я. О. Роль креативного менеджменту у формуванні творчого потенціалу підприємства. Менеджмент та

-
- підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2022. № 2(8). С. 37-44.
2. Христенко О. В. Особливості впровадження креативного менеджменту на сучасних підприємствах. Держава та регіони. Економіка та підприємництво. 2022. № 2(125). С. 104-109. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-17>
 3. Швець Г. О. Osnovni Kharakterystyky Kreatyvnoho Menedzhmentu. International Journal of Innovative Technologies in Economy. 2020. Vol. 2(29). doi: [10.31435/rsglobal_ijite/31052020/7064](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/31052020/7064)
 4. Павленчик Н. Мотиваційні критерії як елемент ефективного управління персоналом. Сучасні тенденції розвитку гостинності. Львів, 2020. С. 346–348.
 5. Pavlenchuk N., Horbonos F., Pavlenchuk A., Skrynkovsky R., Pawlowski G.. Increasing the competitiveness of enterprises based on the use of marketing management tools. Agricultural and Resource Economics. 2021. Vol. 7(3). P. 77-89. <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.03.05>