

УДК 330.322.1

Петросов В.А.кандидат технічних наук, доцент,
Донецький державний університет управління**Банчук-Петросова О.В.**кандидат наук з державного управління
доцент кафедри державного управління і права
Київського національного університету культури і мистецтв

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В УКРАЇНІ

У статті обґрунтовано, що в сучасних умовах розвитку управлінської науки та практики в Україні одним із головних завдань є виявлення і систематизація проблем у розвитку креативності вітчизняних менеджерів. Дослідження теоретичних та практичних напрацювань вітчизняних і закордонних науковців у галузі креативного менеджменту на макро- і мікрорівні, а також відбору, підготовки та розвитку креативних менеджерів дало змогу сформулювати та охарактеризувати сім груп проблем: проблеми теоретичного обґрунтування та використання базових термінів; організаційні проблеми розвитку креативності менеджерів; проблеми побудови методики оцінки розвитку креативності менеджерів; проблеми побудови мотиваційних механізмів розвитку креативності менеджерів; проблеми розвитку креативності менеджерів на рівні держави; проблеми розвитку креативності менеджерів на рівні окремого суб'єкта господарювання; індивідуальні проблеми розвитку креативності окремих менеджерів.

Ключові слова: креативність, креативність менеджера, проблеми розвитку креативності, управлінська креативність.

В статье обосновано, что в современных условиях развития управленческой науки и практики в Украине одной из главных задач является выявление и систематизация проблем в развитии креативности отечественных менеджеров. Исследование теоретических и практических наработок отечественных и зарубежных ученых в отрасли креативного менеджмента на макро- и микроуровне, а также отбора, подготовки и развития креативных менеджеров позволило сформулировать и охарактеризовать семь групп проблем: проблемы теоретического обоснования и использования базовых терминов; организационные проблемы развития креативности менеджеров; проблемы построения методики оценки развития креативности менеджеров; проблемы построения мотивационных механизмов развития креативности менеджеров; проблемы развития креативности менеджеров на уровне государства; проблемы развития креативности менеджеров на уровне отдельного предприятия; индивидуальные проблемы развития креативности отдельных менеджеров.

Ключевые слова: креативность, креативность менеджера, проблемы развития креативности, управленческая креативность.

Постановка проблеми. Стагнація в економіці держави та програш конкурентної боротьби вітчизняними виробниками продукції (робіт, послуг) як на вітчизняному, так і на закордонних ринках збуту вимагають пошуку нових, сучасних підходів до підвищення конкурентоспроможності як країни у цілому, так і українських суб'єктів господарювання зокрема.

Пошук таких підходів повинен базуватися на сучасних теоретичних та практичних напрацюваннях стосовно розвитку економіки держави та управлінських технологій.

Нині виділяють шість стадій розвитку економіки держави: доіндустріальну; індустріальну; постіндустріальну; інформаційну; еко-

номіку знань; креативну; інноваційну [1, с. 37]. Стосовно управлінських технологій, то тут виділяють сім етапів їх розвитку: релігійно-комерційні; світсько-адміністративні; виробничо-будівні; індустріальні; бюрократичні; інформаційні; інноваційно-креативні [2].

Таким чином, запорукою успішної конкурентоспроможності в сучасних умовах розвитку економічних відносин як на рівні держави, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання є інноваційний та креативний складники розвитку й управління.

За таких умов визначального значення набуває ефективний розвиток креативності менеджерів на державному (муніципальному) рівні

та на рівні окремих підприємницьких структур, чого можливо досягти лише виявивши та усунувши проблеми даного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження робіт українських та закордонних учених із проблематики використання креативності в управлінні дало змогу виділити такі групи наукових розвідок:

- визначення сутності, складників та проблем використання креативного менеджменту в управлінській діяльності вітчизняних підприємств (Т. Божидарнік, О. Вартанова, Н. Василик, Н. Задорожнюк, Д. Зінкевич, О. Продіус та ін.);

- використання креативності та креативних технологій на сучасних суб'єктах господарювання (О. Барабан, В. Бокій, Т. Галахова, Дж. Гілфорд, В. Ільїнський, В. Павлов та ін.);

- підготовка менеджерів та персоналу підприємств з урахуванням розвитку їх креативності (Т. Башук, К. Білецька, Т. Клибанівська, Т. Перевозна, Е. Торренс, О. Харцій та ін.).

Незважаючи на досить детальне припороцвання питань використання креативності у

сучасному менеджменті відзначаємо досить поверхове дослідження та виявлення проблем розвитку креативності у підготовці і діяльності вітчизняних менеджерів.

Метою дослідження є виявлення та систематизація проблем розвитку креативності менеджерів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дві хвили економічної кризи, трансформаційні та євроінтеграційні процеси в економіці України вимагають від менеджменту на різних рівнях управління (макрорівень – державне та муніципальне управління; мікрорівень – управління на підприємствах) пошуку нових шляхів розвитку та отримання додаткових конкурентних переваг для підвищення ефективності функціонування економіки держави, окремих галузей та підприємств. Одним із головних шляхів при цьому є креативний менеджмент та впровадження елементів креативності в управлінські процеси й у підготовку менеджерів та персоналу різних за величиною господарюючих систем.

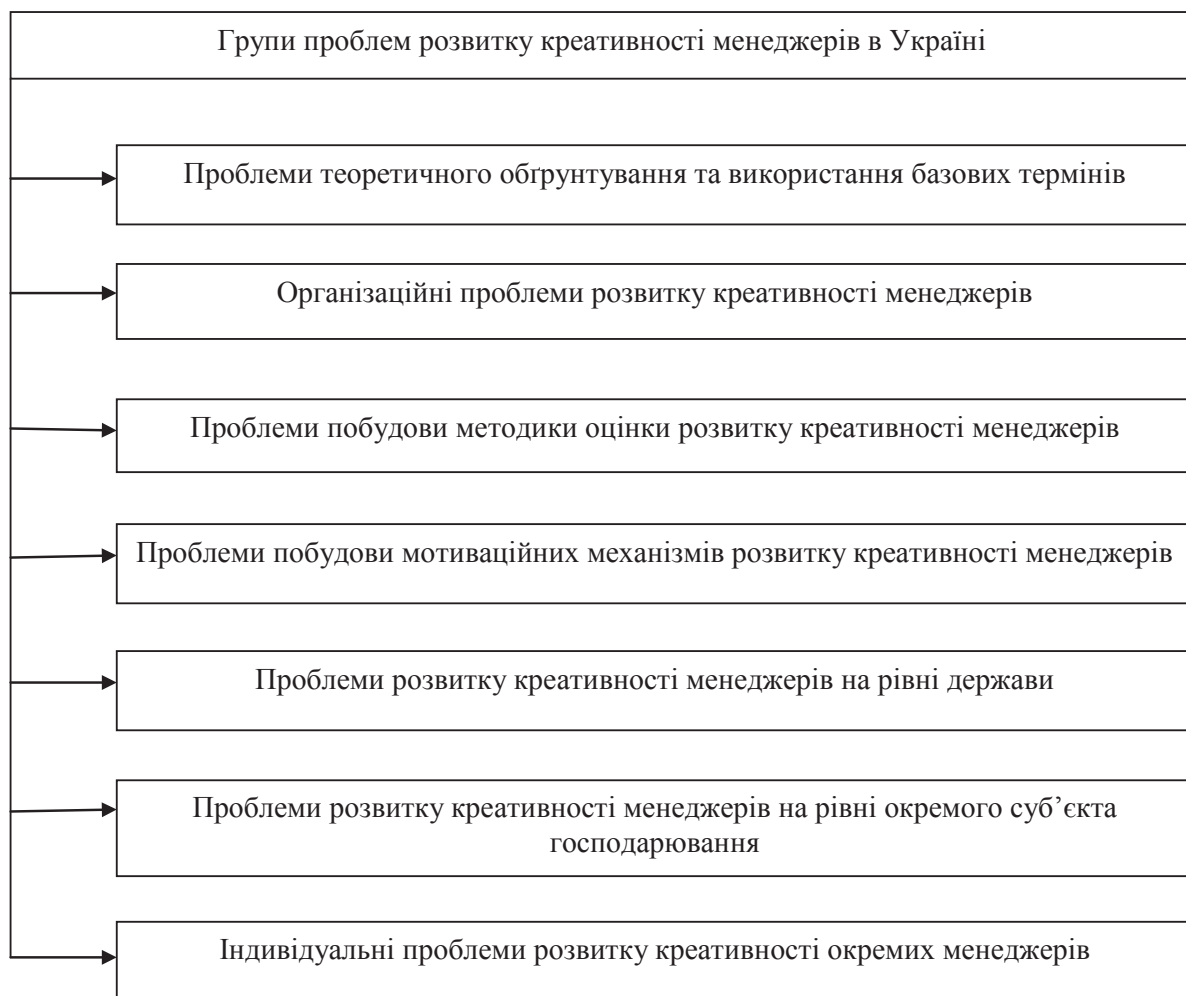


Рис. 1. Групи проблем розвитку креативності менеджерів в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [3–9]

Практика здійснення сучасної управлінської діяльності вказує, що креативні менеджери більш ефективні, гнучкі, приносять більше віддачі та створюють значні конкурентні переваги. Окремо необхідно відзначити можливість нестандартного вирішення стандартних управлінських проблем або кризових ситуацій, які виникають в економічних системах, за допомогою роботи креативних менеджерів.

Необхідно зазначити, що даний напрям управлінської діяльності в Україні є ще досить новим і стикається зі значною кількістю проблем, що знижує його ефективність та привабливість для активного впровадження в управлінські процеси на рівні держави та на рівні окремих суб'єктів господарювання.

У сучасних умовах розвитку управлінської науки та практики в Україні одним із головних завдань є саме виявлення і систематизація проблем у розвитку креативності вітчизняних менеджерів, оскільки, виявивши проблеми в розвитку креативності, можливо буде їх локалізувати, розробити відповідні механізми усунення та отримати додаткові конкурентні переваги на рівні держави та окремих підприємницьких структур.

Дослідження теоретичних та практичних напрацювань вітчизняних і закордонних науковців у галузі креативного менеджменту на макро- і мікрорівні, а також відбору, підготовки та розвитку креативних менеджерів дало змогу сформулювати сім груп проблем (рис. 1). Розкриємо детальніше наведені на рис. 1 групи

проблем розвитку креативності менеджерів в Україні.

Для ефективного розвитку креативності менеджерів у країні на практиці необхідно мати відповідний теоретичний інструментарій, що ґрунтується на базових термінах. Активізація наукових досліджень із проблематики креативного менеджменту та розвитку креативності менеджерів призвела до значних неточностей в обґрунтуванні та використанні базових термінів, таких як «креативність», «управлінська креативність», «креативний потенціал», «креативність менеджера».

Досить часто в наукових роботах намагаються замінити терміни «управлінська креативність» та «креативність менеджера», терміном «креативність». При цьому характеристика термінів надається тільки з погляду управлінської діяльності підприємств (мікрорівень), не враховуючі більш високі рівні управлінської діяльності (макрорівень).

Ми пропонуємо таку схему обґрунтування та використання базових термінів у галузі розвитку креативності менеджера в Україні (рис. 2).

Спираючись на наведену інформацію на рис. 2, зазначимо, що базовим терміном, на якому ґрунтуються всі подальші терміни, є термін «креативність».

Автори підтримують визначення терміну, що надане О.М. Харцій та Т.О. Перевозною, а саме: «Креативність допомагає знаходити ефективні рішення і способи поведінки в нових ситуаціях, переборювати стереотипність мис-

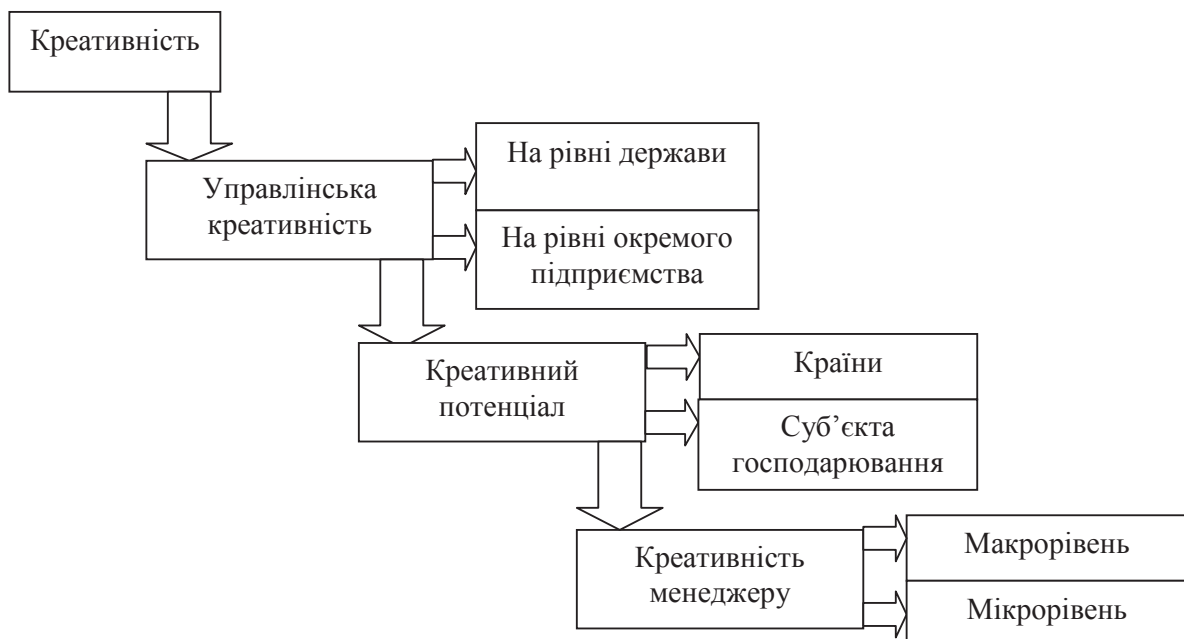


Рис. 2. Схема обґрунтування та використання базових термінів у галузі розвитку креативності менеджера в Україні

Джерело: розроблено авторами

лення і поведінки у звичних ситуаціях, створювати у них нові, оригінальні рішення» [10, с. 113]. Однак, урахувавши використання креативності на макро- та мікрорівнях пропонуємо доповнити наведене визначення таким формулюванням: «у рамках функціонування макро- та мікроекономічних систем».

Дослідивши термін «креативність», можливо дослідити менш ємне поняття, що вже буде належати безпосередньо до науки управління, а саме термін «управлінська креативність». Зазначаємо, що наведений термін необхідно розглядати як рівні держави, так і на рівні окремих підприємств. Автори підтримують визначення, що надане Т.М. Клібанівською, згідно з яким «управлінська креативність – це соціально-професійна компетенція суб'єктів діяльності, передбачає спроможність до продуктивної активності, результатом якої є формування нових, нестандартних підходів, технологій і методів здійснення функцій у керівництві соціальними групами і міжнародними організаціями» [7, с. 67]. Однак урахувавши необхідність використовувати термін для державного управління та управління на рівні підприємства, пропонується замінити два його елементи, а саме:

– «соціально-професійна компетенція суб'єктів діяльності» на «соціально-професійна компетенція суб'єктів управлінської діяльності»;

– «у керівництві соціальними групами і міжнародними організаціями» на «у керівництві державою, муніципальними утвореннями та окремими суб'єктами господарювання».

Управлінська креативність, своєю чергою, визначає креативний потенціал країни та креативний потенціал підприємства. Підтримуючи визначення терміну «креативний потенціал», що надане Н.В. Савицькою [11, с. 304], вважаємо за необхідне трансформувати його з погляду не окремого менеджера підприємства, а креативного потенціалу держави або суб'єкта господарювання. Тоді креативний потенціал – це можливості держави або підприємства інноваційно розвиватися та здатність нестандартно вирішувати стандартні або нові управлінські ситуації.

Креативний потенціал країни або окремого підприємства базується на креативності менеджерів. Уважаємо за необхідне трансформувати визначення терміна «креативність з позиції економіки та управління», що його запропонував В.А. Журавльов [12, с. 4] і подати так (з урахуванням роботи менеджерів на макро- та мікрорівнях управління): «Креативність менеджерів – це здатність генерувати нові рішення стандартних та нових управлінських проблем і значно збільшувати ефек-

тивність функціонування держави та окремих суб'єктів господарювання».

Однією з важливих груп проблем розвитку креативності менеджерів в Україні є організаційні проблеми. Наведена група проблем була породжена відсутністю практики організації, стимулювання та підготовки креативних менеджерів в Україні. Ця група проблем характерна як на рівні держави, так і на рівні окремих підприємств. Держава креативний розвиток менеджерів поклала на ВНЗ та досить хаотичну систему семінарів, круглих столів, коучингу для державних чиновників та інших зацікавлених сторін державного управління. Підприємства переважно роблять акцент на індивідуальній підготовці менеджерів, особисті характеристики та коучинг. Таким чином, нині Україна не має чіткої організації розвитку креативності менеджерів ані на рівні держави, ані на рівні окремих підприємств.

Із погляду розвитку креативності менеджерів важливим є вирішення двох груп взаємопов'язаних проблем, а саме проблем оцінки розвитку креативності та побудови мотиваційних механізмів на основі даної оцінки. Стосовно оцінки розвитку креативності вважаємо доречним за основу взяти запропоновану Д.К. Зінкевичем систему коефіцієнтів, які характеризують систему креативного менеджменту підприємства [13, с. 52]. Однак наведена система потребує доопрацювання для її використання на рівні країни та для оцінки розвитку креативності окремих менеджерів. Мотиваційні механізми розвитку креативності менеджерів досліджено у роботі Т.О. Башук, М.О. Хижняк [14, с. 157]. Відзначаємо необхідність їх доопрацювання з погляду використання для державного управління та розроблення нематеріальних складників мотивації.

Проблеми розвитку креативності менеджерів на рівні держави в Україні включають: слабку зацікавленість держави у побудові системи підготовки креативних менеджерів; неефективну освіту з погляду розвитку креативності майбутніх та діючих менеджерів; відсутність законодавчої та нормативної бази розвитку креативності менеджерів; неадаптованість державних інституцій до розвитку креативності власних менеджерів.

Проблеми розвитку креативності менеджерів на рівні окремого суб'єкта господарювання в Україні включають: відсутність системи розвитку креативності менеджерів (підбір, навчання, підготовка, оцінка, мотивація, організація); відсутність стимулювання розвитку креативності власних менеджерів; недостатнє розуміння важливості розвитку креативності менеджерів у сучасних умовах господарю-

вання; неефективну психологічну атмосферу в трудовому колективі.

Індивідуальні проблеми розвитку креативності окремих менеджерів в Україні включають: небажання розвивати власні креативні навички; низьку психологічну стійкість до невдач під час генерування нових ідей; слабку освітню підготовку; слабку практичну підготовку; недостатній досвід; інертність у мисленні; пасивність.

Висновки з проведеного дослідження. Доказано важливість використання креативності менеджерів на рівні держави та на рівні

окремих підприємств для отримання додаткових конкурентних переваг та підвищення ефективності функціонування. При цьому обґрунтовано необхідність виявлення та систематизації проблем у розвитку креативності в Україні. Спираючись на напрацювання науковців, виділено та охарактеризовано сім груп проблем розвитку креативності вітчизняних менеджерів. У подальших наукових розвідках слід акцентувати увагу на розробленні механізмів усунення виявлених у рамках проведеного дослідження проблем.

Список використаних джерел:

1. Божидарнік Т. Формування й розвиток креативного менеджменту на підприємстві / Т. Божидарнік, Н. Василик // *Економіст*. – 2015. – №3. – С. 37–39.
2. Галахова Т.О. Інноваційно-креативний компонент розвитку менеджменту / Т.О. Галахова // *Ефективна економіка*. – 2014. – № 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.u.ua/pauka.com.ua/?op=1&z=3629>.
3. Задорожнюк Н.О. Дослідження ключових понять креативного менеджменту / Н.О. Задорожнюк, М.Х. Беноева // *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. – 2016. – № 1(5). – С. 132–135.
4. Свидрук І.І. Креативний менеджмент : [навч. посіб.] / І.І. Свидрук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
5. Барабан О.А. Сутність креативних технологій на сучасному етапі економічного розвитку / О.А. Барабан, В.В. Ільїнський // *Матеріали IV між. науково-практичної конференції (24–26 квітня 2013 р.)*. – Дніпропетровськ : НГУ, 2013. – С. 27–30.
6. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління / О.І. Продіус // *Економіка: реалії часу*. – 2012. – № 3–4(4–5). – С. 67–72.
7. Клибанівська Т.М. Креативність як фактор професійного та особистого зростання менеджера / Т.М. Клибанівська // *36. мат. Всеукраїнської наук.-практ. конференції «Менеджмент ХХІ сторіччя» (28–29 травня 2015 р.)*. – Вінниця : Едельвейс і К, 2015. – С. 66–70.
8. Білецька К. Засади формування креативного лідера як менеджера нового покоління / К. Білецька // *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. – 2015. – № 4. – С. 58–64.
9. Кузьмін О.Є. Характеристика та місце креативного менеджменту в системі управління машинобудівним підприємством / О.Є. Кузьмін, Д.К. Зінкевич, А.М. Чушак-Голобородько // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2011. – Вип. 21.2. – С. 146–152.
10. Харцій О.М. Психологічні заходи підготовки менеджера / О.М. Харцій, Т.О. Перевозна // *Наука і освіта*. – 2015. – № 3. – С. 112–115.
11. Савіцька Н.В. Сутність креативного потенціалу підприємства / Н.В. Савіцька // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 301–308.
12. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества / В.А. Журавлев // *Креативная экономика*. – 2008. – № 4. – С. 3–8.
13. Зінкевич Д.К. Характеристика системи креативного менеджменту підприємств / Д.К. Зінкевич // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. – 2012. – № 727. – С. 49–58.
14. Башук Т.О., Хижняк М.О. Стимулювання та розвиток креативності в персоналі / Т.О. Башук, М.О. Хижняк // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2013. – № 1. – С. 150–160.

Petrosov V.A., Banchuk-Petrosova O.V.

PROBLEMS OF THE MANAGER'S CREATIVITY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Based on modern theoretical and practical groundworks both in the sphere of the state's economy development and management technologies, the importance of management creativity for successful competitiveness in modern terms of economic relations development at the level of the state as well as at the level of separate economic entities (enterprises, organizations) has been substantiated. The estimation of works on problems connected with the usage of creativity in management by Ukrainian and foreign scientists has led to the revealing of rather superficial research and problems of creativ-

ity development while preparing of domestic managers and their direct work. It is emphasized that in modern terms of the development of management science and practice in Ukraine, one of the main issues is finding out and systematization of problems in development of domestic managers' creativity. The study of theoretical and practical works of domestic and foreign scientists in the sphere of creative management at the micro- and macro-levels as well as selection, training and development of creative managers has helped form and give characteristics of seven problem groups: problems of theoretical grounds and usage of basic terms; organizational problems of managers' creativity development; problems connected with building methods of managers' creativity estimation; problems of motivation mechanisms development of managers' creativity; problems of managers' creativity at the level of the state; problems of managers' creativity development at the level of the separate economic entity; individual problems of particular managers' creativity development. In the research within the first group of problems the scheme of grounding and usage of basic terms in the sphere of managers' creativity development in Ukraine ("creativity", "management creativity," "creative potential," "manager's creativity") has been offered. Touching upon the second group, it was mentioned that now Ukraine doesn't have a strict organization of managers' creativity development neither at the level of the state nor at the level of a particular enterprise. The third and the fourth groups of problems are suggested to be united to solve them successfully (creation of motivation mechanisms of managers' creativity development on the basis of the relevant methods of such development estimation). The modern problems of manager's creativity development at the level of the state, a separate enterprise and a manager are also specified in the article.

Key words: creativity, manager's creativity, problems of creativity development, management creativity.