

Свидрук І.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
Львівського торговельно-економічного університету

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ СТРУКТУРУВАННЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА МАКРОРІВНІ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Розвиток постіндустріального суспільства підіймає питання інституційного значення та структурного оформлення креативного менеджменту на макрорівні, адже конкурентоздатність національної економіки стає все більш залежною від її спроможності генерувати та використовувати високотехнологічні продукти й технології. У статті висвітлено основні макроекономічні аспекти креативного управління з точки зору відповідних особливості основних функцій менеджменту.

Ключові слова: економіка знань, економічні системи, креативні стратегії, креативне управління, науково-технічна творчість, управлінський вплив.

Развитие постиндустриального общества поднимает вопрос институционального значения и структурного оформления креативного менеджмента на макроуровне, ведь конкурентоспособность национальной экономики становится все более зависимой от ее способности генерировать и использовать высокотехнологичные продукты и технологии. В статье отражены основные макроэкономические аспекты креативного управления с точки зрения соответствующих особенностей основных функций менеджмента.

Ключевые слова: экономика знаний, экономические системы, креативные стратегии, креативное управление, научно-техническое творчество, управляющее воздействие.

The development of a post-industrial society sharply raises questions of institutional significance and structural design of creative management at the macro level because the competitiveness of the national economy is increasingly dependent on its ability to generate and use high-tech products and technologies. The article describes the main macroeconomic aspects of creative management in terms of relevant features of the main management functions.

Keywords: knowledge economy, economic systems, creative strategies, creative management, scientific and technical creativity, managerial influence.

Постановка проблеми. Сприйняття креативного розвитку організації з точки зору відкритого процесу є відносно новою моделлю та альтернативою традиційній закритій моделі інновацій, за якої організація намагається розвивати нововведення самостійно на кожній стадії процесу, охороняючи свої знання як джерело конкурентної переваги. Раціональність і логічність монополістичного способу інноваційного мислення в умовах сучасної економіки поступається відкритості креативного процесу, який дає можливість співпрацювати з іншими зацікавленими сторонами, а саме конкуруючими компаніями, науково-дослідними центрами, діловими установами, споживачами, органами державного управління. Така співпраця не тільки може прискорити розроблення та втілення креативних ідей, але й дає змогу зменшити витрати фінансових ресурсів і скоротити ризи-

ки матеріальних та організаційних обмежень творчої діяльності. Слід, однак, відзначити, що відкритість не означає абсолютно вільного доступу до креативних ідей, адже відносини міжстейкхолдерами ґрунтуються на дотриманні певних правових норм, а на певних етапах співробітництва набувають формального характеру (ліцензійні угоди, стратегічне партнерство, передача ноу-хау тощо). Необхідність системної перебудови принципів управління вітчизняною економічною системою зумовлює важливість дослідження загальнодержавних функцій креативного менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окремі аспекти розвитку управлінських функцій на етапі постіндустріалізаційних трансформацій розглядалися багатьма сучасними дослідниками. Слід відзначити внесок Ю. Бажала [1], Л. Височіної [2], С. Давимуки і Л. Федулової [3]

у вивчення теоретичних аспектів інституційного впливу на розвиток економіки знань; роботи С. Харабуги [4], О. Носик і О. Яременко [5] у галузі соціально-економічної організації наукового простору; дослідження Л. Безчасного, Г. Монастирської [6], Н. Синевої, О. Яшкової [7] щодо управління інтелектуально-креативною діяльністю персоналу наукової організації, формування креативних компетенцій та мотивації наукової діяльності.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас наукові доробки науковців здебільшого висвітлюють лише окремі вузькоспеціалізовані аспекти цієї проблематики, що значно актуалізує системний підхід до вивчення функцій креативного менеджменту на макрорівні для забезпечення національної економіці успішної інтеграції у світові цивілізаційні збурення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статі є аналіз функціональних особливостей креативного менеджменту на вищому ієрархічному рівні управління в умовах стрімкого розвитку економіки знань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трансформаційні перетворення світового глобалізованого суспільства висувають нові вимоги до успішного та конкурентного економічного розвитку господарюючих суб'єктів, що передбачають всебічне використання новітніх науково-технологічних досягнень та високопродуктивних методів управління. Визначальною особливістю креативного менеджменту є здатність творчої імплементації в реальну комерційну практику наявних знань та безперервної генерації нових знань, а головним завданням креативного управління організації є концентрація максимуму зусиль на пошук адекватних шляхів та методів досягнення конкурентних переваг в умовах технологічних збурень.

Макрорівень креативного менеджменту забезпечується регулюючим політико-економічним впливом на більшість аспектів креативного розвитку галузей, регіонів та держави загалом. Креативний прорив вітчизняної економічної системи потребує інституційного оновлення у фінансовій сфері, державної фінансової підтримки креативних проектів, удосконалення кредитної політики, приведення державних стандартів у відповідність до міжнародних норм, антимонопольного захисту суб'єктів господарювання. Наявні інструменти правового регламентування хоча і є досить дієвими, однак потребують

динамічного гнучкого оновлення з огляду на стрімку розбудову постіндустріального економічного простору.

Стрімкий розвиток постіндустріального суспільства підіймає питання інституційного значення та структурного оформлення систем управління креативного менеджменту на макрорівні, адже конкурентоздатність національної економіки стає все більш залежною від її спроможності генерувати та використовувати високотехнологічні продукти та технології, що ґрунтуються на залученні знань та творчих здібностей людських ресурсів. Досліджуючи макроекономічні аспекти креативного управління, оцінюємо їх з точки зору відповідних особливостей основних функцій менеджменту. Так, функція планування науковцями цієї галузі доповнюється такими характеристиками, як технологічний моніторинг науково-економічного потенціалу в ракурсі світових технологічних трансформацій і науково-технологічне прогнозування, «встановлення політично нейтральних пріоритетів забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України» [8].

Особливістю планувальної функції є високий ступінь альтернативності на невизначеності наукового, техніко-економічного, соціального розвитку постіндустріального суспільства. Отже, ефективно узгодження економічного розвитку різних за ступенем креативності та інноваційності галузей економіки вимагає всебічного наукового аналізу науково-технічних тенденцій і можливостей національної економіки. Системний підхід до вирішення проблем планування креативного розвитку передбачає декомпозицію інноваційного сценарію розвитку країни (рис. 1).

Отже, макроекономічне креативне планування покликане формувати пріоритетні напрями та цілі розвитку держави, прогнозним чином оцінювати соціально-економічні наслідки реалізації загальнодержавних програм оновлення економіки, здійснювати аналіз адекватності залучених в процеси економічного розвитку матеріальних, людських та інтелектуальних ресурсів, передбачати можливості співпраці наукових установ та бізнес-структур в межах креативного оновлення національної соціально-економічної системи.

Функція організування в креативному менеджменті спрямовується передусім на забезпечення прориву в науково-технологічній сфері, отже, охоплює інституціональну підтримку

інформаційної інфраструктури, спрощення комунікаційних зв'язків для суб'єктів господарювання, координаційні програми інтегрування науково-освітніх та виробничих структур.

Макроекономічний простір держави є складною соціально-технічною системою, в рамках якої ефективна координація окремих управлінських ланок (на рівнях регіонів, галузей, міністерств, науково-технічних програм тощо) є складним, багатоаспектним і подекуди не до кінця передбачуваним процесом. Інституційний менеджмент креативного прориву національної економіки передбачає оновлення податкової

системи, амортизаційної політики, державне фінансування креативних проектів, регіонів чи галузей шляхом надання дотацій, субсидій та субвенцій, удосконалення банківської сфери загалом і кредитної політики зокрема, перегляд, уніфікацію та приведення у відповідність до міжнародних норм державних стандартів, антимонопольний захист суб'єктів господарювання, регулюючий вплив у секторі фінансових інвестицій.

Використання чисельних розгалужених, різновекторних управлінських зв'язків у межах функції креативного організування має на меті якнайбільш ефективно інтеграційне



Рис. 1. Декомпозиція функції планування креативного менеджменту

узгодження в часовому і просторовому вимірах креативних планів, розробок та проектів у різних галузях національної економіки. Отже, важливими характеристиками організаційного макроуправління є гнучкість і динамічність інституційного відклику на внутрішньодержавні та світові трансформаційні збурення. Адекватна інституційна формалізація управлінського впливу щодо значної кількості науково-технологічних перетворень національної економіки потребує також їх взаємоузгодження з такими

аспектами державного управління, як національна безпека, стан екологічної сфери, побудова сучасної освітньої моделі, вдосконалення соціальної політики.

Досліджуючи інституційні особливості функції організації креативного менеджменту, зосереджуємо увагу також на питаннях методів державного регулювання креативного розвитку суспільства (табл. 1).

Функція мотивування в креативному менеджменті скеровується на стимулювання

Таблиця 1

Інституційні методи розвитку креативного менеджменту

Напрямок управлінського впливу	Інструменти управління	Сутність управлінського впливу
Законодавча діяльність	Закони України, укази Президента, постанови уряду, розпорядження НБУ	<ul style="list-style-type: none"> – Правова основа регулювання економічної діяльності; – юридичні принципи функціонування національної економіки; – кредитне регулювання.
Нормативна діяльність	Економіко-екологічні норми	<ul style="list-style-type: none"> – Охорона навколишнього середовища; – раціональне використання природних ресурсів; – екологічна безпека; – рентна плата за використання природних ресурсів; – санкції за забруднення навколишнього середовища.
	Соціально-економічні норми	<ul style="list-style-type: none"> – Прожитковий мінімум; – мінімальна заробітна плата; – неоподаткований мінімум; – забезпечення об'єктами соціальної інфраструктури.
Фіскальна політика	Система податкових ставок і преференцій	<ul style="list-style-type: none"> – Наповнення бюджетної сфери; – регулювання економічних процесів; – стимулювання розвитку високотехнологічних галузей; – підтримання режиму ресурсної економії у виробництві; – формування пропорцій та структури виробництва; – трансформація структури попиту й споживання.
	Митне регулювання	<ul style="list-style-type: none"> – Захист національного ринку; – захист вітчизняного виробника; – «плаваючі» митні збори як інструмент аграрного протекціонізму.
Фінансова політика	Бюджетні дотації (державні, місцеві)	<ul style="list-style-type: none"> – Бюджетні асигнування креативних програм суб'єктів господарювання; – цільовий перерозподіл національного доходу; – непряме фінансування шляхом надання пільг; – субвенції на розвиток окремих галузей/регіонів.
	Державні замовлення/державні закупівлі	<ul style="list-style-type: none"> – Підтримка державних цільових програм розвитку національної економіки; – стимулювання пріоритетних економіко-соціальних програм; – реалізація державних науково-технічних програм; – поповнення державного резерву; – інвестування заходів соціального захисту населення.
	Ціноутворення	<ul style="list-style-type: none"> – Обмеження вільного ціноутворення щодо природних ресурсів; – антимонопольні заходи; – контроль рівня цін у базових галузях.
Інфраструктурна підтримка	Банківське кредитування	Розвиток системи фінансового планування; використання національних кредитних ресурсів.
	Страхові послуги	Хеджування ризиків високотехнологічного виробництва.
	Інформаційно-консалтинговий супровід	Патентний захист; захист персональних даних; доступність державних інформаційних ресурсів.

розвитку наукоємних та високотехнологічних галузей економіки, підтримку інвестиційних потоків у креативні розробки й продукти, інституційне запровадження податкових та інших фінансових заохочень, гармонізацію творчого співробітництва різних соціальних груп у суспільстві. Існування в практиці більшості економічно розвинених держав програм інституційної підтримки креативного бізнесу свідчить на користь створення відповідного базису національної економіки. Водночас різноплановість преференційної політики розвитку наукоємної високотехнологічної промисловості в різних країнах наводить на думку про те, що інституційне заохочення має ґрунтуватись як на суто економічних можливостях суспільства, так і на тенденціях соціального розвитку, враховувати національні традиції та ментальні особливості соціуму.

Контролююча функція, відповідно, передбачає застосування бюджетного контролінгу наданих преференцій, а також забезпечує охоронні права інтелектуальної власності. Отже, основними завданнями контролю в креативному менеджменті на макрорівні є:

- збір, опрацювання та систематизація статистичних показників щодо креативного розвитку на загальнодержавному, регіональному та галузевому рівнях;

- оцінювання впливу креативного розвитку на загальноекономічні та соціальні показники розвитку держави;

- аналіз системних ризиків та причин відхилення від планованих результатів;

- корегування методів та інструментів державної підтримки креативних галузей залежно від досягнутих ними результатів.

Висновки. Таким чином, входження національної соціально-економічної системи у фазу розвитку постіндустріального суспільства створює низку новітніх підходів до управлінських процесів, що ґрунтуються насамперед на можливості впровадження креативних ідей як першоджерела забезпечення конкурентоспроможності. Трансформування знань у наукоємні технології та продукти стимулює стрімке зростання продуктивності праці, зниження її ресурсозатратності, дає змогу вийти національній економіці на конкурентний рівень суспільного виробництва, збільшити темпи накопичення суспільних благ, осучаснити мотиваційні засади діяльності. Визначальними особливостями креативного менеджменту є пряма кореляція

успішності творчої діяльності з демократизацією управління, врахування творчого потенціалу та рівня професійної підготовки, створення умов для самореалізації.

Бібліографічний список:

1. Бажал Ю. Знання економіка: теорії і державна політика. Економіка і прогнозування. 2003. № 3. С. 71–76.
2. Височіна Л. Значення інтелектуального капіталу у формуванні нової стратегії розвитку економіки України. Бізнес Інформ. 2009. № 11. С. 21–23.
3. Давимука С., Федуллова Л. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. Львів, 2017. 528 с.
4. Харабуга С. Формування компетенцій інноваційно-активного фахівця в системі професійної освіти: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.07. Донецьк, 2009. 20 с.
5. Яременко О., Носик О. Соціально-економічна організація знань: сутність та роль у формуванні людського капіталу. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2014. № 1096. С. 32–36.
6. Безчасний Л., Монастирська Г. Мотивація наукової діяльності в умовах транзитивної економіки. Регіональні перспективи. 2002. № 3–4. С. 61–63.
7. Синева Н., Яшкова Е. Управление развитием интеллектуально-креативной деятельности персонала современной организации. Наукоеведение. 2015. Т. 7. № 5. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/210EVN515.pdf>.
8. Домарадзька Г., Чмелик М. Проблеми і напрями удосконалення інноваційного менеджменту на макрорівні. Проблеми економіки та управління. 2008. № 628. С. 483–488.

References:

1. Bazhal Yu. (2003), "Knowledge Economy: Theory and State Politics", *Economy and forecasting*, no. 3, pp. 71–76.
2. Vysochina L. (2009) "The Importance of Intellectual Capital in the Formation of a New Strategy for the Development of the Ukrainian Economy". *Business Inform*, no. 11, pp. 21–23.
3. Davymuka S., Fedulova L. (2017), *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy* [The creative sector of the economy: experience and directions of development], Lviv, Ukraine.
4. Kharabuha S. (2009), "Formation of competences of innovative-active specialist in the system of vocational education", Ph.D., Thesis, demography, labor economics, social economy and politics, Donetsk National University, Donetsk, Ukraine.

5. Yaremenko O., Nosyk O. (2014), "Socio-economic organization of knowledge: the essence and role in the formation of human capital", *Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University*, no. 1096, pp. 32–36.
6. Bezchasnyi L., Monastyrska H. (2002), "Motivation of scientific activity in the conditions of a transitive economy", *Regional perspectives*, no. 3–4, pp. 61–63.
7. Sineva N., Jashkova E. (2015), "Management of the development of intellectual and creative activity of the staff of a modern organization", *Science*, [Online], vol. 7, no. 5, available at: <http://naukovedenie.ru/PDF/210EVN515.pdf>.
8. Domaradz's'ka G.S., Cmelyk M.V. (2008), "Problems and directions of improvement of innovative management at the macro level", *Problems of Economics and Management*, no. 628, pp. 483–488.

Svydruk I.I.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management,
Lviv University of Trade and Economics

FUNCTIONAL STRUCTURING OF CREATIVE MANAGEMENT AT THE MACRO LEVEL OF THE ECONOMIC SYSTEM

The need for a systemic rearrangement of the principles of management of the domestic economic system determines the importance of the study of national functions of creative management.

The macro level of creative management is provided by the regulatory political and economic influence on most aspects of the creative development of industries, regions, and the state as a whole. Existing instruments of legal regulation, although quite effective, however, require a dynamic, flexible update in view of the rapid development of the post-industrial economic space.

Thus, the function of planning is supplemented by such characteristics as technological monitoring of scientific and economic potential in the light of world technological transformations and scientific and technological forecasting.

Macroeconomic creative planning is designed to form the priority directions and goals of the state's development, to predict the socio-economic consequences of the implementation of national programs for the modernization of the economy, to analyse the adequacy of material, human, and intellectual resources involved in the economic development processes, to foresee opportunities for cooperation between scientific institutions and business structures within a creative renewal of the national socio-economic system.

The organization's function in creative management is primarily aimed at providing a breakthrough in the field of science and technology, thus covering, respectively, institutional support for information infrastructure, simplification of communication links for business entities, coordination programs for the integration of scientific and educational and production structures.

The motivation function in creative management is directed to the stimulation of the development of knowledge-intensive and high-tech branches of the economy, support for investments into creative developments and products, the institutional introduction of tax and other financial incentives, and harmonization of the creative cooperation of various social groups in society. Institutional encouragement both should be based on the purely economic opportunities of society and rely on social development trends, taking into account national traditions and mental peculiarities of society.

The control function provides for the use of budgetary controlling of the granted preferences, as well as protects the intellectual property rights.

Thus, institutional management involves updating of the tax system, depreciation policy, state financing of creative projects, improvement of credit policy, bringing national standards in compliance with international ones, as well as antimonopoly protection of business entities.