

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 3, 2014 [Назад](#) [Головна](#)

УДК: 334.021

*В. В. Павлов,
аспірант, Київський Національний Університет Технологій та Дизайну, м. Київ*

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРОБЛЕМИ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

*V. V. Pavlov,
Post graduate student, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

PRECONDITIONS AND PROBLEMS OF CREATIVE TECHNOLOGIES PRACTICAL IMPLEMENTATION IN FORMING OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES STRATEGY

В статті здійснено дослідження стану, передумов та проблем застосування креативних технологій в процесі стратегічного управління підприємствами легкої промисловості, сформовано рекомендації щодо їх використання в практиці підприємств. Актуалізовано значення ефективно організації системи креативного менеджменту для поширення інновацій, що має враховуватись при формуванні стратегічних планів розвитку підприємств. Охарактеризовано сутнісні характеристики застосування креативних технологій в процесі стратегічного управління підприємствами легкої промисловості в сучасних умовах.

The article presents the study of the state, preconditions and problems of creative technologies implementation in the process of strategic management of light industry enterprises, developed recommendations for their use in practice. Actualized the value of efficient organization of creative management system for innovation expanding, which should be considered while forming strategic plans for enterprises development. Considered valuable characteristics of creative technologies implementation in the process of strategic management of the light industry enterprises in modern conditions.

Ключові слова: *креативні технології, креативний менеджмент, креативність, креативні рішення, легка промисловість, стратегія, інновації, інноваційна активність.*

Keywords: *creative technology, creative management, creativity, creative decisions, light industry, strategy, innovations, innovative activity.*

Проблема та її зв'язок з науковими та практичними завданнями

Сучасні процеси змінюють природу, форми і умови конкуренції, формують нові центри привабливості бізнесу і, відповідно, зміщують центри формування конкурентних переваг підприємств легкої промисловості на макро- і мікрорівнях, що потребує пошуку нових можливостей досягнення успіху, перетворює інноваційну сферу на глобальну, а на підприємствах обумовлює радикальну зміну суті і функціонального наповнення систем управління. Виникає потреба у створенні та впровадженні на практиці моделі стратегічного управління підприємством з урахуванням трансформації чинників і умов діяльності, а також свідомості людини. В цій моделі визначальне місце належить системі креативного управління, як стимулу до створення та впровадження інновацій.

Сучасна парадигма стратегічного управління передбачає трансформацію підходів відносно побудови моделі стратегічної поведінки підприємства на ринку від класичних, до заснованих на застосуванні креативних технологій. Існує потреба не лише теоретичного осмислення, але й дослідження передумов та проблем практичного застосування креативних технологій в формуванні стратегії підприємств легкої промисловості.

Аналіз досліджень і публікацій

Дослідження проблематики застосування креативних технологій в процесі формування та реалізації стратегії розвитку підприємств представлені в роботах закордонних вчених, зокрема Е. Андерсена, Дж. С. Меткалфа, Р. Нельсона, П. Стонемана та ін. В значній мірі вказана проблематика опрацьована вітчизняними дослідниками, зокрема, такими як А.М. Єрмола, Н.В. Савіцька, С. Князь, Д. Зінкевич, В.І. Бокій, К.С. Шапошников та інші.

Вказані науковці, як іноземні, так і вітчизняні, зробили суттєвий внесок у дослідження процесів формування, впровадження в практику, розвитку, поширення креативних технологій в діяльності підприємств, проте проблеми використання креативних технологій в практиці підприємств легкої промисловості залишаються дотепер не відображеними та опрацьованими в достатній мірі. Саме це обумовлює потребу проведення в даній статті додаткових досліджень стосовно дослідження передумов та проблем практичного застосування креативних технологій в формуванні стратегії підприємств легкої промисловості.

Метою даної статті є дослідження передумов та проблем практичного застосування креативних технологій в формуванні стратегії підприємств легкої промисловості.

Викладення матеріалу та результати

Зважаючи на певну складність на даному етапі статистичного виміру рівня впровадження креативних технологій на підприємствах легкої промисловості, звернемося до аналізу статистики інноваційної активності підприємств даного промислового комплексу як одного з цільових напрямків реалізації креативних ідей на практиці. Статистика інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості країни наведена в табл. 1.

Таблиця 1.

Показники, що характеризують інноваційну активність підприємств легкої промисловості України

Показники	2005	2006	2007	2009	2010	2011	2012

Кількість інноваційно-активних підприємств легкої промисловості та її підгалузей, що застосовують креативні технології у загальній їх кількості	745	728	721	680	642	613	605
Частка реалізованої інноваційної продукції підприємств легкої промисловості та її підгалузей у загальному обсязі промислової продукції за 2005, 2009–2010 рр., млн. грн.	107,4	112,5	119,7	120,9	127,6	148,5	162,1
- у % до загального обсягу реалізованої промислової продукції	2,9	2,9	3,0	2,4	2,2	2,3	2,3

Джерело: складено автором на основі даних з [3; 4]

Як видно з табл. 1, інноваційну активність діяльності підприємств не можна назвати високою, динаміка її нестабільна, за останні 6 років знизилась частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації. До того ж сама ця частка (2,2-2,9%) є дуже незначною, вкрай недостатньою для забезпечення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості України не лише на зовнішньому, але й навіть на внутрішньому ринку. Такий рівень не можна вважати достатнім для форсованого інноваційного розвитку галузі.

Зважаючи на те, що інноваційні проекти є, як правило, довгостроковими й дорогими, сьогодні для вітчизняних підприємств легкої промисловості необхідна підтримка не стільки інноваційної діяльності як такої, а креативної діяльності зі створення інновацій, які можуть впроваджуватись з меншими витратами та більшою віддачею, найефективніше планування інвестицій у створення креативних інноваційних рішень можливе лише через урахування потреб, як організаційних, так і фінансових, при формуванні та реалізації стратегії розвитку підприємства.

Успіх підприємства у вирішальному ступені залежить від його ресурсів на збутових і ресурсних ринках. Про трансформацію концепції управління сучасним підприємством свідчить, на наш погляд, характер перетворення ресурсів в споживчі цінності [2; 6; 9], а саме – технології все більшою мірою мають бути креативними, щоб забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Це пов'язано з тим, що за сучасних умов:

1) Відбувається зміна характерного для традиційного способу управління принципу єдиності управлінського рішення принципом множинності можливих рішень (дивергентне мислення), що виходить з того, що в нерівноважних, нестійких, таких, що розвиваються нелінійно системах зі властивими їм точками біфуркації і аттракторами існує велика кількість можливих управлінських рішень.

2) Оцінка отриманих варіантів управлінських рішень здійснюється на основі принципу критичної раціональності, що стверджує, що один принциповий «мінус» здатен переважити дюжину принципових «плюсів».

3) Актуалізується принцип нелінійності управління в його «м'якому» варіанті, суть якого полягає у визнанні того, що типологічно вірно організована мала управлінська дія може виявитися набагато ефективнішою, ніж сильний вплив, застосований не в належний час і не в тому місці.

4) Прослідковується втілення в практичну управлінську діяльність засадничого принципу, згідно з яким основним ядром креативного управління є управління людськими ресурсами, знаннями людей і реалізацією цих знань в професійних навичках в повсякденній праці.

В цьому контексті шанси на тривалий успіх мають лише сучасні підприємства легкої промисловості, готові до креативного генерування та реалізації ідей, здійснення інноваційних проривів на основі креативних рішень, проведення постійних організаційних змін. Передумовами формування креативних технологій стратегічного управління підприємством за сучасних умов є наступні (рис. 1).



Рис. 1. Передумови формування креативних технологій стратегічного управління сучасним підприємством

Джерело: розроблено автором

Креативну діяльність підприємств легкої промисловості (їх структурних підрозділів, працівників, керівництва) доцільно розглядати як таку, що покликана нарощувати додану ринкову вартість підприємства та посилювати його ринкові позиції за рахунок впровадження інновацій. Вона спрямована на інновації і постійні удосконалення, співпрацю між підприємствами у виробничих питаннях і розширення бази інноваційної діяльності, а також передбачає постійну взаємозалежність і зміну суті взаємовідносин між партнерами, розвиток застосування креативних технологій на сучасній мотиваційній основі.

Креативність, на нашу думку, показує здатність суб'єкта (індивіда, групи, організації тощо) адаптивно реагувати на зміни, що відбуваються в навколишній дійсності, і генерувати нові знання, підходи, продукти, нові рішення і дії, спрямовані на творче перетворення природної, соціальної і духовної реальності.

Формування креативних технологій стратегічного управління підприємством потребує розробки концептуальних підходів, сутність яких виражається в

реалізації на практиці певної концепції (від латів. *conceptio* — розуміння, система) – певного способу розуміння, трактування явищ креативності, креативних технологій, основної точки зору автора даної роботи, заснованої на дослідженні існуючих позицій та формулюванні власних висновків та узагальнень, керівної ідеї для їх освітлення.

Специфічними властивостям креативного рішення, дії, продукту і особистості є їх креативний потенціал, оригінальність, адекватність меті і завданню, оптимальний спосіб або форма, що відповідають місцю і часу креативних дій [1; 8].

В свою чергу креативні дії і їх продукти можуть бути безмежно різноманітними: нові види праці, і музики, нові наукові теорії і концепції, нові види устаткування, оригінальні управлінські рішення тощо, зокрема, в легкій промисловості – нові стилі одягу нові сорти тканин і т.д. Саме у креативності мислення, дій і їх продуктах утілюється творча суть людської життєдіяльності, у тому числі і у сфері управління.

У статті було проведено опитування серед керівників та провідних фахівців 20-ти підприємств легкої промисловості України, з метою характеристики системи креативного менеджменту підприємств легкої промисловості. Опитування передбачало оцінку критеріїв, які характеризують систему креативного менеджменту підприємства респондентами за п'ятибальною системою прогресивним способом. Оцінка результатів опитування представлено на рис. 2 та 3. Ступінь репрезентативності проведеного дослідження, що має характеризувати якість та неупередженість проведеного опитування, оцінювався з застосуванням критерію Стьюдента [7].

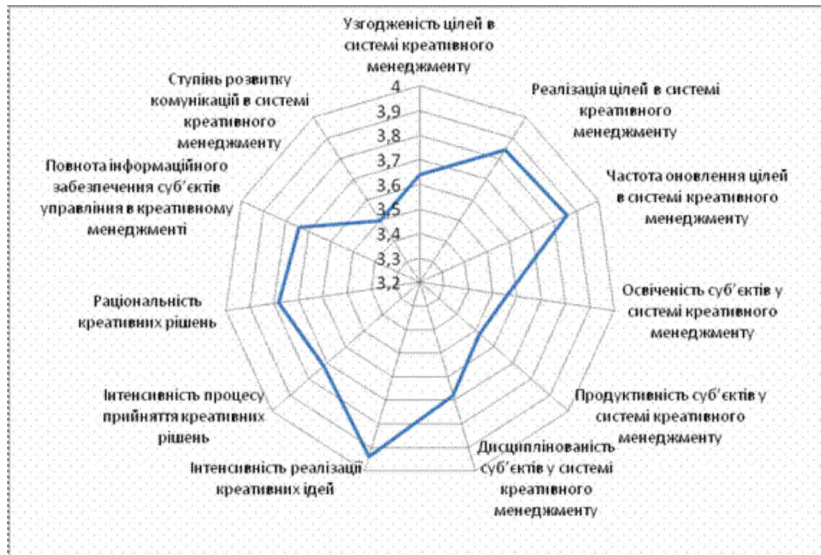


Рис. 2. Середньозважені значення оцінки критеріїв, що характеризують діючу систему креативного менеджменту

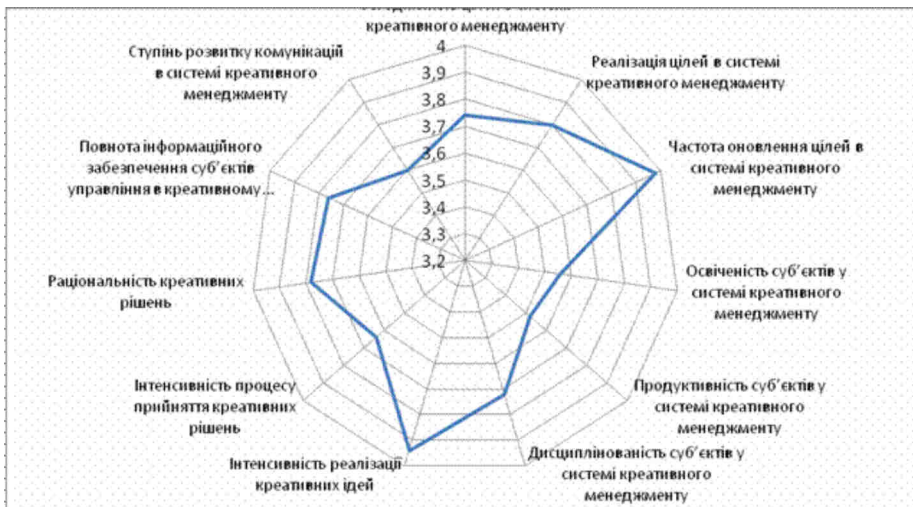


Рис. 3. Середньозважені значення оцінки критеріїв, що характеризують пріоритети розвитку системи креативного менеджменту

Дослідження показало, що в цілому систему креативного менеджменту на підприємствах легкої промисловості країни можна оцінювати як задовільну (середній бал близько 3,71-3,73 бали за п'ятибальною системою), проте вона потребує суттєвого розвитку. Найбільш проблемними є:

- розвиток комунікацій;
- продуктивність суб'єктів у системі креативного менеджменту;
- освіченість суб'єктів у системі креативного менеджменту.

Найпріоритетнішими напрямками, такими, що найсуттєвіше впливатимуть на розвиток креативного менеджменту підприємств легкої промисловості України, вважаються:

- оновлення цілей в системі креативного менеджменту;
- реалізація цілей в системі креативного менеджменту;
- інтенсивність реалізації креативних ідей.

Отже, практика реалізації стратегій розвитку підприємств підтверджує потребу у збільшенні ефективності управління.

Основою успішного розвитку підприємства в умовах постіндустріальної економіки є в першу чергу здатність створювати цінності для споживачів і інших партнерів. Створення таких цінностей, як вважає автор, має здійснюватись на базі креативних технологій, в першу чергу – в сфері управління, що дозволяє створити ефективну систему генерування та впровадження креативних рішень та орієнтувати діяльність всього підприємства на формування та реалізацію його креативного потенціалу. В той же час, важливо враховувати, що впровадження креативних технологій в управлінні підприємствами легкої промисловості є системним та складним процесом, за якого можливі наступні проблеми (рис. 4).

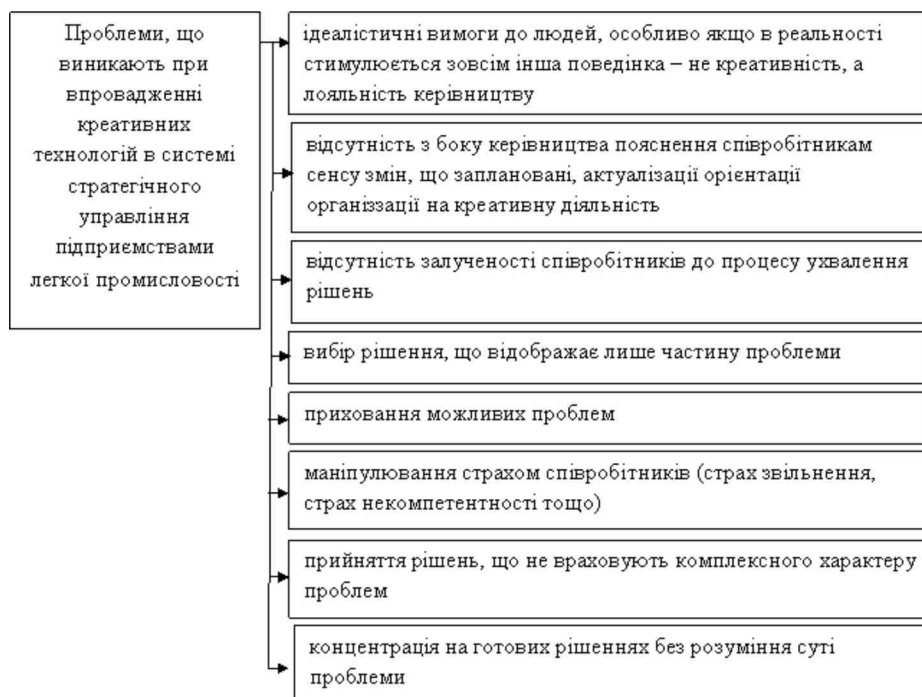


Рис. 4. Практичні проблеми, що виникають при впровадженні креативних технологій в системі стратегічного управління підприємствами легкої промисловості

Найбільш важливими сутнісними характеристиками застосування креативних технологій в процесі стратегічного управління підприємствами легкої промисловості в сучасних умовах є наступні (рис. 5).

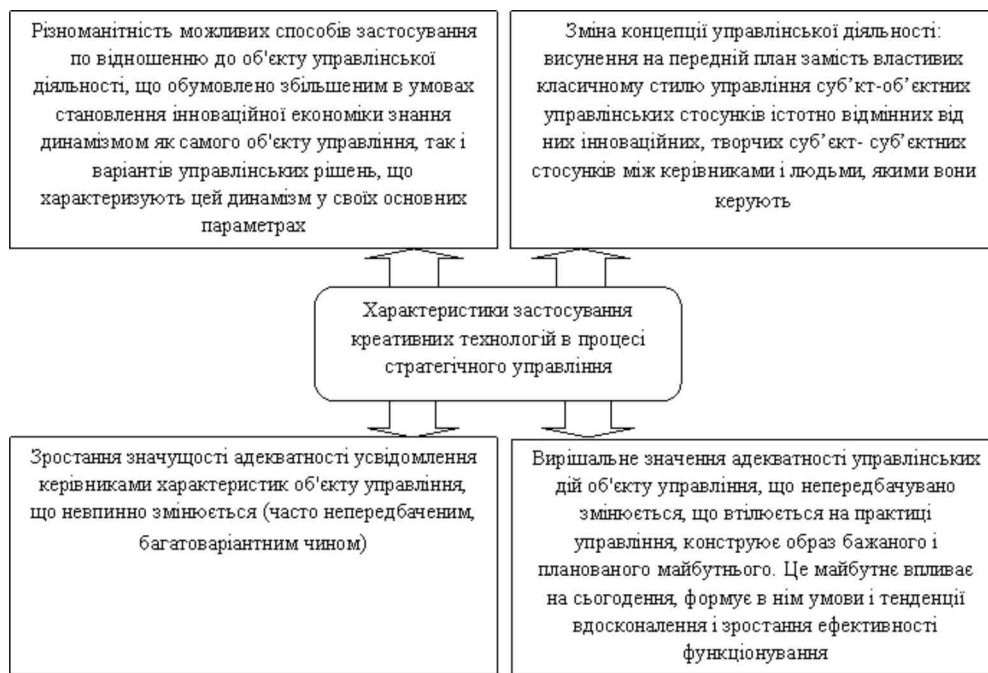


Рис. 5. Сутнісні характеристики застосування креативних технологій в процесі стратегічного управління підприємствами легкої промисловості в сучасних умовах

Джерело: розроблено автором

Таким чином, саме креативне управління стає нині ключовим елементом, основою сучасної управлінської діяльності, особливо якщо вона здійснюється в кризових ситуаціях. Успішність економічної, організаційно-управлінської і іншої діяльності обумовлена не використанням окремої ідеї, а постійно відтворююю здатністю генерації і впровадження системи таких ідей у життя, що можливе шляхом безперервного застосування креативних технологій [5]. При цьому слід розрізняти традиційне поняття творчості і креативність як процес творчого генерування і конструювання нових ідей, задумів, новаторських управлінських рішень, в тому числі (навіть в першу чергу – при побудові стратегії підприємства). У такому розумінні креативність виявляється як здатність до генерації нового знання і практичної дії шляхом розширення і трансформації бачення реальності в перспективі, здатного системно реорганізувати сьогоднішнє в майбутнє відповідно до певної стратегічної мети [6].

Закономірною проблемою діяльності, заснованої на впровадженні креативних ідей, є ризики, пов'язані з новизною задач. Знизити вплив цих ризиків на процес досягнення цілей проекту можна залученням креативного потенціалу команди. Управлінські рішення щодо удосконалення чинних систем креативного менеджменту є найрезультативнішими, якщо вони реалізуються не як разовий акт, а в межах певної стратегії, стратегічного плану.

На відміну від традиційного управління, здійснюваного як реакція на зміни, що відбуваються в зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства, креативне управління реалізується через активну цілеспрямовану дію на персонал цього підприємства, його конкурентів і споживачів його продукції (послуг) [1]. Таке управління має бути орієнтованим на перетворення нинішньої реальності заради досягнення стратегічних цілей підприємства. Тому системоутворюючою частиною креативного управління є ефективне управління індивідуальною і колективною креативністю.

Висновки

Дослідження показують, що вітчизняним підприємствам легкої промисловості, для успішної адаптації до динамічних змін зовнішнього середовища, необхідно будувати та втілювати в життя ефективну стратегію розвитку, потрібно створювати ефективну систему креативного менеджменту. Досягти цього неможливо без творчості, без розвитку і застосування креативних управлінських технологій на стратегічному рівні.

Вітчизняна система креативного менеджменту підприємств легкої промисловості, як показує практика, потребує суттєвого вдосконалення та розвитку. В статті визначено основні проблеми впровадження креативних технологій в практику підприємств легкої промисловості країни, охарактеризовано перелік умов, які сприятимуть ефективному втіленню стратегій розвитку на підприємствах за допомогою креативних рішень. Реалізації даних рішень в практику втілюється за певною технологією та підтримується адекватною мотиваційною системою, управлінням індивідуальною та колективною креативністю на підприємстві.

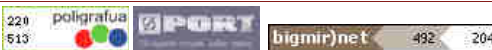
Список використаної літератури.

1. Бушуев С. Д. Креативные технологии в управлении проектами и программами . К.: Саммит книга, 2010, –768с.
2. Бушуева Н. С. Модели и методы проактивного управления программами организационного развития / Н.С. Бушуева. — К.: Наук. світ, 2007. – 270 с.
3. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. Електронний ресурс. — Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні за 2011 рік: за ред. І. В. Калачової. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 305 с.
5. Руководство по управлению инновационными проектами и программами. Р2М. Том 1, Версия 1.2. / Пер. с англ. под ред. проф. С.Д.Бушуева. – К.: Наук. світ, 2009. – 173с.
6. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія / І. В. Смолін – К.: КНТЕУ, 2004. – 344 с.
7. Теория статистики: Учебник / Под ред. проф. Р.А. Шмойловой. – М.: Финансы и статистика, 1996. – С. 177-181; С. 224 – 227.
8. Шевырев А.В. Креативный менеджмент: синергетический подход / А.В. Шевырев – Белгород: ЛитКараВан, 2007. – 215с.
9. Эдеркгейм Э. Х. Лучшие идеи Питера Друкера / Э. Х. Эдеркгейм. – М.; СПб., 2008. – 376 с.

References.

1. Bushuev S. D. 2010, “Creative technologies in project and program managing”, *K.: Summit Book*, page 768.
2. Bushueva N. S. 2007, “Models and methods of proactive management of organizational development”, *N.S. Bushueva, K.: Nauk. svit*, page 270.
3. The state Committee of Ukraine statistic. Official site. Electronic recourse. Available at: <http://ukrstat.gov.ua>.
4. Scientific and innovation activity of Ukraine, 2011, I. V. Kalachovoi, *K. : State service of Ukraine statistic*, 2012, page 305.
5. Guidance on the management of innovation projects and programs. R2M. Vol 1, Version 1.2, English translation by prof. S.D.Bushueva, 2009 *K.: Nauk. Svit*, page 173.
6. Smolin I. V., 2004, “Strategic planning of organization development”: Monograph , I. V. Smolin, *K.: KNTEU*, page 344.
7. Statistic theory: Tutorial, Edited by prof. R.A. Shmojlvoj, 1996, *M.: Statistic and finances*, page 177-181, page 224 – 227.
8. Shevyrev A.V., 2007, “Creative management: synergetic approach”, *A.V. Shevyrev, Belhorod: LytKaraVan*, page 215.
9. Ederkhejm E. Kh., 2008, “Pyter Druker’s best ideas”, *E. Kh. Ederkhejm, M.: SPb.*, page 376.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2014 р.



ТОВ "ДКС Центр"