

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглянуто креативний менеджмент як складову інноваційної діяльності, як управління людьми на основі динамічних методів аналізу.

Ключові слова: людина, управління, креативний менеджмент, інноваційний менеджмент.

Рассмотрен креативный менеджмент как составляющую инновационной деятельности, как управление людьми на основе динамических методов анализа.

Ключевые слова: человек, управление, креативный менеджмент, инновационный менеджмент.

The creative management as part of an innovative product like managing people based on dynamic analysis methods in the form of a qualitative transformation of the intellectual component is reviewed.

Key words: people, management, creative management, innovation management.

Будь-яка соціальна система у своєму закономірному розвитку в певний час досягає найвищого рівня, в межах якого існуючі форми й методи управління такою системою вичерпують наявні ресурси. У такому разі постає необхідність пошуку нових форм і методів управління, причому не в рамках кількісної зміни цих форм і методів управління — їх інтенсивного розвитку, а у формі якісного перетворення інтелектуальної складової. Розвиток науки й практики управління інтелектуальної людини відбувався переважно в раціонально-логічній діловій сфері на основі синтезу знань точних наук, що зумовило превалювання організаційно-технічних підходів до вирішення завдань управління й орієнтації, зокрема завдань менеджменту.

Спостерігається тенденція розвитку менеджменту з перевагою соціально-економічних підходів та чітко акцентованою орієнтацією на людину, котра більшою мірою усвідомлює цінність своєї роботи й особистості. Ефективність діяльності організації залежить від людини та її знань. Тобто ще одна передумова розвитку менеджменту пов'язана з тим, що людина повинна ототожнювати себе зі своєю роботою та її результатами.

Фундаторами сучасного менеджменту є американці Фредерік Тейлор (1856–1915) і Гарінгтон Емерсон (1853–1931) та француз Анрі Файоль (1841–1925). Визнання менеджменту набув у 1911 р. після виходу друком книги Ф. Тейлора «Принципи наукового управління» й

організації першої в США наукової конференції з менеджменту, що засвідчили формування у світі нового стану свідомості в процесі зміни мислення і самовдосконалення людини як соціально активної творчої особистості. Таким чином, згідно з науково-психологічною системою сучасного управління, менеджмент можна розглядати як менеджмент нового типу — креативний менеджмент, головною відмінною особливістю якого є орієнтація на розвиненіший рівень свідомості.

Мета статті — проаналізувати креативний менеджмент, який оперує інтелектуальним продуктом як цілим і неподільним об'єктом, як управління людьми на основі динамічних методів аналізу у взаємодії з інтелектуальною й інноваційною діяльністю.

У цьому дослідженні менеджмент розглядається як управління людьми на основі динамічних методів аналізу, прийняття рішень і спілкування, які спрямовані на досягнення цілей завдяки використанню запланованих, організованих і контрольованих засобів [1]. Означене поняття пов'язане з багатьма науками, але останнім часом актуалізуються нові психологічні підходи до оптимізації виробництва. Фахівці стверджують, що сучасний менеджмент не обмежений певними правилами підходу, його основним завданням є вирішення наявних проблем на основі наукових знань.

Основою сучасного наукового світу слугують відкриття, переконання і твердження світових авторитетів науки, таких як: Н. Бор, В. Вернадський, В. Гейзенберг, В. Горчаков, Джефрі Чу, В. Казначеев, Ф. Капра, О. Оппенгеймер, Г. Швебс, А. Енштейн та ін. Дискусії щодо знання як такого не нові, тривають уже протягом декількох століть. Але нині ця проблема актуалізувалась у бізнесі, академічних та дослідницьких колах, а самі знання набули ознак матерії, якою необхідно «керувати» (про що свідчить словосполучення «управління знанням»). У великих організаціях почали впроваджувати посади менеджерів зі знань, а консультанти стали фахівцями з нової корпоративної функції креативного менеджменту.

Таким чином, означене явище тісно пов'язане з інтелектуальною та інноваційною діяльністю, яка оперує інтелектуальним продуктом як цілим і неподільним об'єктом (зауважимо, що цей зв'язок спостерігається і в евристичному менеджменті). Слід додати, що і креативний, і евристичний менеджмент розглядають цей продукт як складне структурне утворення. Тому створення нової системи знань, умінь і навичок має бути певним чином поділено на складові, кожна з яких потребує дослідження й осмислення з метою подальшого практичного використання. Інноваційний менеджмент, з одного боку, є креативним і евристичним, з іншого — має один і той самий об'єкт розгляду. У першому разі акцентуватиметься на зовнішньому аспекті, в другому — на внутрішньому.

Поняття «креативний» (від англійського «creative», тобто «творчий») стосується проблем управління тими колективами, які не передбачають чіткої формалізації предметних областей і мають критерії визначення мети. В евристичному (від грецького «heurisko», «шукаю, відкриваю») менеджменті, як і в креативному, управління особистістю та її самоврядування здійснюються за умов існуючої невизначеності.

Креативний менеджмент «працює» там, де інтелектуальний продукт, що створюється, є результатом діяльності не окремої особистості, а колективу. Евристичний менеджмент, навпаки, пов'язаний з індивідуальним управлінням діяльністю особистості як основного учасника створення інтелектуального продукту.

Фахівці зазначають, що одна з істотних причин і самої кризи, і того, що таким тривалим виявився процес виходу з неї, полягає в надзвичайно низькій якості управлінських рішень, що приймалися імпульсивно, без ґрунтовного осмислення з позицій сучасного менеджменту. На нашу думку, для підвищення якості цих рішень та їх інтенсифікації на всіх рівнях — від загальнодержавного до окремого робочого місця — особливого значення слід надавати проблемам креативного й евристичного менеджменту.

Для досягнення успіху в такій справі необхідно визначити і почати використовувати нові, обґрунтовані з наукових позицій і психологічно досконаліші методи підготовки вихідної інформації для фахівців, котрі приймають рішення.

Такі методи може надати креативний менеджмент. Особлива складність вирішення цієї проблеми полягає в тому, що потрібно, з одного боку, опрацювати величезний масив вихідної інформації, з іншого — зважати на специфіку прийнятих рішень і напрямів діяльності фахівців: кожен із яких має певні індивідуальні особливості (характер, навички, стереотипи). Водночас вона повинна бути результатом мобілізації всіх резервів осіб, котрі долучені до процесу, ґрунтуватися на повному використанні їх творчого потенціалу, особливо якщо йдеться про глобальні та стратегічні рішення.

Способи і форми виявлення та застосування потенціалу особистості в процесі створення інтелектуального продукту — сфера евристичного менеджменту. Удосконалення управління творчим потенціалом особистості й колективу передбачає в сучасних умовах вирішення певних завдань.

По-перше, це розвиток творчого потенціалу. У науковій літературі декларується підготовка менеджерів у контексті переходу від репродуктивної системи навчання до креативної. У цьому разі основою системи є безперервна освіта, спрямована прийняття індивідуальних та колективних рішень. Але цього не можна досягти без

відповідного сучасного менеджменту [4]. Упровадження в навчальний процес підготовки як креативного, так і евристичного менеджменту вдосконалює процес здобуття знань, набуття вмінь, навичок, оскільки завдяки застосуванню якісно іншого методичного апарату творчий потенціал набуває вищого рівня. Досвід свідчить, що використання креативних методик у науково-технічній діяльності вможливує збільшення ефективності роботи наукових та інженерних колективів у декілька разів. Однак цей багатий досвід нині майже не застосовується для вдосконалення прийняття управлінських рішень в економічній і організаційній сферах менеджменту.

По-друге, слід сприяти розвитку індивідуальності — це стосується як окремого буття, так і участі в діяльності колективу. Перешкодою для реалізації цього завдання є сучасна система виховання менеджера, що фактично призводить до придушення оригінальності, своєрідності, неординарності. У такому разі креативний і евристичний менеджмент має на меті подолання однотипності, «штампованості», пересічності. Людина, що опанувала методи означених видів менеджменту, здійснює згідно з правилами моніторинг своєї розумової та практичної діяльності, щоб адекватно використовувати наявний творчий потенціал відповідно до мети.

По-третє, досягнення оптимізації зусиль, спрямованих на вдосконалення методичного апарату діяльності фахівців. Слід зазначити, що в Україні економічна криза переважно зумовлена відсутністю ефективних методичних можливостей, що дозволяє відстежувати і прогнозувати функціонування систем у перехідні (кризові) періоди. Той методичний апарат, яким оперують нинішні фахівці з менеджменту, прийнятний для функціонування в стабільних умовах, але нині значне відхилення спостерігається в інтелектуальному просторі. Щоправда, останнім часом створюються нові сучасні проекти, орієнтовані на антикризове управління (наприклад, вивчення дисципліни «Антикризове управління» для менеджерів у вищих навчальних закладах). Однак діяльність у цьому разі не активізується. Подальше просування, безсумнівно, має здійснюватися за умови розвитку креативного й евристичного менеджменту, що в сучасній Україні тільки розпочинається.

Виникнення й утвердження нової галузі наукових знань і видів діяльності — процес складний, актуалізується питання поняттєвої основи дисципліни, що нещодавно виникла, без якої нова наука не може посісти належне місце, продовжити свій розвиток. Слід зазначити, що весь понятійний апарат нового наукового напрямку має створюватися на певній основі [2].

Для прикладу можна навести ситуацію з інноваційним менеджментом. Його «першопрохідникам» протягом певного часу здавало-

ся, що він цілком здатний вирішити складне завдання забезпечення гармонійного розвитку науки, виробництва та соціальних процесів в умовах науково-технічної революції. Але невдовзі виявилось, що такі надії надто оптимістичні. Подальший перебіг показав, що за заповненою нішею є інша, причому глибша, багата лабіринтами з непередбачуваними поворотами. Ця ніша утворюється у зв'язку зі зверненням до творчості людини, потенціалу її здібностей, який у наявних умовах може бути реалізований. Творчість людини на інтуїтивному рівні стала основою для дослідження предмета креативного менеджменту, в межах якого поступово сформувалося розуміння креативного й евристичного менеджменту, яке запропоноване вище.

Означена концепція свідчить, що креативний менеджмент має більше спільного з такими дисциплінами, як «управління кадрами» і «персональний менеджмент», а евристичний — з «особистісним менеджментом» і «самоменеджменту». У свою чергу креативний менеджмент ґрунтується на креативістиці, де продуктивно-колективно вирішуються творчі завдання, евристичний — на евристиці, тобто сфері продуктивного творчого мислення особистості.

Систематизувати методи креативістики й евристики намагалися багато фахівців. Нині вийшли друком численні праці, що пов'язані з проблематикою творчості — як колективного, так і особистісного.

У креативному менеджменті, як і в будь-якій іншій науці, виокремлюють теоретичний і прикладний аспекти. Теорія креативного (як і евристичного) менеджменту є складовою теорії творчості, яка, залежно від галузі використання, має багато різновидів, що відповідає різновиду креативного й евристичного менеджменту.

Прикладні аспекти креативного менеджменту пов'язують насамперед з інноваціями і нововведеннями. Проблеми креативного менеджменту організаційно стосуються управління кадрами в разі необхідності створення т. зв. тимчасових творчих колективів.

Важливого значення набуває вирішення проблем креативного й евристичного менеджменту для формування завдань штучного інтелекту. Останні успіхи в нанотехнологіях та їхня імітація на ЕОМ окремих елементів творчого процесу засвідчили необхідність розроблення фундаментальних основ креативного (та евристичного) менеджменту.

Як теорія, так і практика вивчення творчості до середини 80-х рр. розвивалися в умовах домінування тих його аспектів, які стосувалися науково-технічної творчості (НТТ), й охоплювали три стратегічні рівні: раціоналізацію, винахідництво, відкриття. Напрями НТТ зумовлені системою знань, структурою виробництва та соціально-економічними завданнями, що постають перед суспільством.

Під час використання потенціалу НТТ креативний і евристичний менеджмент набуває особливого значення. Вона реалізується,

як відомо, через діяльність фахівців із менеджменту, зокрема:

1. Робота з людьми, яка спрямована на зміцнення і безпосереднє застосування творчого потенціалу (креативний менеджмент), а також на те, щоб вони активізували власні інтелектуальні здібності (евристичний менеджмент).

2. Робота з документами — орієнтована на облік асоціативно-генераційних потреб тих, хто ознайомлюється з інформацією документів (креативний менеджмент), а також на розвиток прагнення відповідних учасників процесу оформлювати документи, здатні максимально задовольнити споживача (евристичний менеджмент).

Креативістика й евристика, як і будь-яка інша наука, базуються на певних аксіомах, серед яких К. Кірсанов виокремлює [3]: а) «глибинність знань» — для реальної ефективної творчості необхідне всестороннє проникнення в сутність предметної сфери; б) творчість потребує відмови від сформованих стереотипів, догм і штампів; створення нового стримується лише психологічною інерцією; в) відторгнення сформованих стереотипів не можна абсолютизувати, вони мають бути суто раціональними, зваженими і продуманими, г) будь-якими організаційними й іншими вольовими заходами, управлінськими хитрощами «справити» творця неможливо; д) наука про творчість і, отже, креативний менеджмент, де опановують потужний і досконалий інструментарій для своєї діяльності.

Отже, креативний менеджмент не «вигадує» методів активізації творчого потенціалу, а лише визначає їх оптимальну номенклатуру і найраціональнішу послідовність розробок. При цьому цільові настанови й можливі обмеження як у креативному, так і евристичному менеджменті ґрунтуються на інноваційній діяльності, яка вможливує необхідне функціонування інфраструктури.

Не слід уважати, що сучасний менеджмент «пронизаний» творчістю. Утім не можна забувати і про відомі істини: чим більше творчості, тим більшою мірою вона належить до сфери мистецтва. Виникнення і креативного, й евристичного менеджменту свідчить, що вся система менеджменту набуває ознак науковості, логічності, формалістики.

Практика доводить, що перехід на новий рівень розвитку відбувається поступово, без порушення видимої цілісності створеної чіткої системи, проте з суттєвою деформацією багатьох усталених істин і стереотипів. Таким чином, система менеджменту входить у нову фазу розвитку, де можливі нові цікаві відкриття, насамперед в осягненні основ творчості.

У сучасній науці творчість — це інтегральне поняття про різні, рідні й нерідко суперечливі процеси, потрібно вміти в цьому конгломераті виокремлювати саме структурну складову, без чого не можна

реалізувати найважливіше положення менеджменту: об'єкт управління завжди має бути конкретизованим.

Отже, менеджмент творчих процесів безпосередньо пов'язаний із проблемами психологічної діяльності і має здійснюватися на основі певних уявлень про основи теорії психологічної діяльності, що потребує спеціального дослідження.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бодди Д. Основы менеджмента / Бодди Д., Пэйтон Р. — СПб.: Питер. — 1999. — С. 70.
2. Карпов А. В. Психология менеджмента: учеб. пособие / А. В. Карпов — М. : Гардарики, 2005. — 584 с.
3. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент / К. Кирсанов // Креативная экономика. — № 11. — 1995. — С. 17–21.
4. Муфтиев Г. П. Современный менеджмент: теория и практика / Г. П. Муфтиев, А. А. Брандукова, А. Р. Кудашев, А. Г. Комаров — СПб. : Питер, 2004.

Надійшла до редколегії 27.11.2013 р.