

**ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА
ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОЇ ОСВІТИ**

Саух Ірина Василівна

д.екон.наук, професор

Саух Петро Юрійович

д. філос.наук, професор

Вікарчук Ольга Іванівна

к.екон.наук

Анотація. В статті автори констатують, що в сучасних умовах важливою постає проблема актуалізації нових підходів до професійної підготовки нової генерації менеджерів. Розкрито сутність понять “креативний менеджмент” та “креативна освіта”, розглянуто креативну менеджмент як компоненту системи управління підприємством. Авторами доведено, що креативна освіта виводить освіту менеджера на рівень управління знаннями, створює умови для прояву креативності особистості і стає безпосереднім джерелом креативних управлінських інновацій.

Ключові слова: креативний менеджмент, креативна освіта, парадигма креативної вищої менеджмент-освіти, креативна компетентність

Постановка проблеми. За останні сто років, протягом яких відбувалося становлення та розвиток науки управління, відбулася кардинальна зміна її сутнісного наповнення і принципів функціонування управлінської діяльності як самостійної сфери та невід'ємної складової сучасного бізнесу. В теорії управління наразі частіше звертають увагу на проблему всебічного використання творчого та креативного потенціалу топ-менеджерів, оскільки творчість все більш активно проникає зі сфери мистецтва та науки в інші сфери людської діяльності, в тому числі, і в сферу управління. В сучасних умовах

нагальною постає проблема актуалізації нових підходів до професійної підготовки нової генерації менеджерів, здатних до творчої, високопродуктивної управлінської діяльності, які вирішили присвятити себе підприємництву, науково-технічній сфері та управлінню соціально-економічними процесами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід відмітити увагу українських науковців до креативного менеджменту та креативної освіти (К.В. Білецька, В.А. Василенко, В.О. Журавлев, Н.О. Задорожнюк, Д.К. Зінкевич, О.Г. Макаренко, О.І. Продиус [1 - 7] та ін. В той же час в наявних дослідженнях не знайшли відображення питання формування ефективної системи креативного менеджменту засобами креативної освіти з позицій соціально-професійного підходу.

Саме тому метою дослідження є проблема розвитку креативного менеджменту на засадах креативної освіти.

Виклад основного матеріалу. Важливим чинником виходу із кризи українського суспільства, безперечно, є створення ефективної управлінської системи, в якій креативний менеджмент стає невід'ємною складовою менеджменту сучасного підприємства. Дослідження доводить, що в першу чергу, креативний менеджмент спрямований на розробку та впровадження нововведень в управлінську діяльність у питаннях планування, організації, мотивації, контролю, комунікацій та технологій прийняття управлінських рішень, іншими словами, організаційно-управлінських новацій. Багато завдань, що вирішуються в креативному менеджменті, в тому числі і перераховані вище, піддаються формалізації та узагальненню. Теорія менеджменту дозволяє сформулювати щонайменш два узагальнені завдання управління: 1) знайти (обрати) стратегію та засоби її реалізації, що забезпечують перехід системи (процесу, продукту) з вихідного стану в кінцевий (бажаний, необхідний) з максимальною ефективністю при наявних (заданих, обмежених) ресурсах; 2) знайти рішення щодо переведення системи від вихідного стану в кінцевий із заданою ефективністю при мінімальних ресурсах. З огляду на вищезазначене, актуалізується дослідження умов та чинників, які детермінують розвиток і

ефективність креативного менеджменту, зокрема, до основних чинників, безперечно, відноситься креативна освіта.

На підставі досвіду роботи в системі вищої школи та практичної управлінської діяльності автори стверджують, що досягається креативна компетентність саме в результаті креативної освіти, яка є альтернативою освіти репродуктивної, переважно прагматичної та нормативної.

Креативна менеджмент-освіта орієнтована на утвердження та розвиток мистецтва управління, яке зароджується і проявляється лише за певних обставин та за певних умов організації освіти. В той же час, креативна освіта розширює діапазон бачення управлінських проблем розвитку і проектування варіантів їх вирішення, що має бути головним у діяльності сучасного менеджера.

У методологічному плані уявлення про нову парадигму креативної вищої менеджмент-освіти означає визнання необхідності цілісного, фундаментального, системного, проблемного підходу до освітнього процесу, формування його структури і динаміки на нових засадах. Істотне соціальне значення мають не розрізнені спроби використовувати конкретні заходи в конкретному навчальному процесі, не часткові зміни окремих ланок освітньої інфраструктури, а формування цілісної, рухомої і динамічної системи, здатної вирішувати завдання концепції сталого розвитку. На етапі становлення інноваційної економіки все більшою мірою виникає потреба в розробці нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів та підходів активізації, раціонального й ефективного використання креативно-інтелектуального людського потенціалу як головного джерела, стратегічного інструмента ефективного використання головної продуктивної сили людини в постіндустріальному суспільстві.

Констатація наявного стану сучасної вищої школи дозволяє зробити висновок, що проблема розвитку креативної освіти знаходиться на початковому етапі й це особливо актуалізує соціокультурне осмислення витоків креативності в освітньому процесі. У найбільш загальному вигляді креативна освіта – це

освіта, яка орієнтована на розвиток творчих здібностей людини, на закріплення в його професійній свідомості установки на інновації та включає аналіз проблем і варіантів діяльності. Саме креативна освіта виводить освіту менеджера на рівень управління знаннями, трансформуючи їх в комплекс важливих, позитивних характеристик професійного формування та становлення менеджера, створює умови для прояву креативності особистості і стає безпосереднім джерелом креативних управлінських інновацій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Білецька К.В. Засади формування креативного лідера як менеджера нового покоління / К.В. Білецька // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 4. – С. 58–64. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economic-journal.ideil.com/content/files/1g/aj/1gajnap1sv71u5edmgsmr1j881j2im7g.pdf>.
2. Василенко В.А. Сущность и значение креативного менеджмента / В.А. Василенко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского Серия «Экономика и управление». – Том 23 (62). – 2010. – № 3. – С. 64-71.
3. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества. / В.А. Журавлев // Креативная экономика. – 2008. – № 4. – С. 3-8.
4. Задорожнюк Н.О. Дослідження ключових понять креативного менеджменту / Н.О. Задорожнюк, М.Х. Бенюєва // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2016. – Вип. 1(5). – С. 132–135. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2016/05/1-5-1-2016-21.pdf>.
5. Зінкевич Д.К. Сутність креативного менеджменту і його місце в системі управління машинобудівним підприємством / Д.К. Зінкевич // Науковий вісник ЛНТУ України. – 2009. – Вип. 19.2. – С. 182–187.
6. Макаренко О.Г. Креативный менеджмент / О.Г. Макаренко, В.Н.

Лазарев. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 154 с.

7. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління / О.І. Продіус // Економка: реалії часу. – 2012. – No 3–4(4–5). – С. 67–72. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/No3-4/67-72.pdf>.