

УДК 65.011.330:621.391

DOI: 10.31673/2415-8089.2021.040509

Гудзь О.Є., д.е.н., професор
Мізін О.О., магістр
Державний університет телекомунікацій

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ МУЛЬТИРІВНЕВОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Обґрунтована необхідність та напрями удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації, з'ясовано економічну сутність креативного менеджменту корпорацій, здійснена оцінка впливу корпоративної культури на ефективність креативного менеджменту корпорацій, розкрито теоретичний базис формування напрямів удосконалення креативного менеджменту корпорацій на основі мультирівневої цифрової трансформації.

Ключові слова: креативний менеджмент, напрями удосконалення креативного менеджменту корпорацій, корпоративна культура, мультирівнева цифрова трансформація.

Постановка проблеми. Нині, економічні тенденції вимагають від корпорацій зміни підходів та інструментів вирішення різноманітних проблем, оскільки стандартні підходи вже не дають бажаних результатів. Одним із варіантів переведення корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації на якісно новий рівень функціонування вважається широке використання креативного менеджменту. Креативний менеджмент дає можливість корпорації перейти на успішну бізнесову філософію, сформувавши на основі нових ідей принципово нові рішення, підвищити імідж, примножити конкурентні переваги, ефективніше використовувати ресурсний потенціал, забезпечити інноваційний розвиток, підвищити прибутковість. З огляду на означене тематика статті є на часі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вперше теоретичні та практичні аспекти креативного менеджменту розглядали зарубіжні науковці Дж. Гілфорд та Е. Торренс. Сьогодні проблеми розробки напрямів удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації дискутуються дедалі частіше у колі науковців та практиків. З проміж них варто відмітити, таких як: К.В. Білецька, Н.О. Задорожнюк, Д.К. Зінкевич, О.І. Продіус які досліджують особливості креативного менеджменту в сучасному економічному просторі. Проте пропозиції щодо напрямів удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації відсутні.

Метою статті є розробка пропозицій щодо напрямів удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації.

Виклад основного матеріалу. Здійснюючи огляд наукових джерел, знаходимо, що «креативний менеджмент – сукупність управлінських відносин між керівниками та підлеглими на предмет встановлення цілей стосовно пошуку креативних ідей, їх виконання, пов'язаних із вирішенням виробничо-господарських проблем, подоланням їх наслідків» [2]. Переважно, науковці «креативний менеджмент» вважають складовою інноваційного менеджменту, а сам «креативний менеджмент» досліджується у зрізі низки підходів: системного, функціонального, ситуаційного, поведінкового та адміністративного [2].

На успішність використання креативного менеджменту в корпорації в умовах мультирівневої цифрової трансформації вагомий вплив мають наступні чинники: розвиток креативного суспільства; якість креативного середовища; рівень креативної економіки та

освіти; рівень інноваційності й технологічності корпорації; рівень творчого потенціалу корпорації. Взаємозв'язок і взаємодоповнення означених чинників вважаються запорукою успіху щодо розвитку креативного менеджменту.

Переважно, виокремлюють шерг чинників технологічні, економічні, організаційного, комунікаційного, юридичного, соціально-психологічного, інформаційного характеру, що гальмують чи допомагають формуванню креативного середовища і впровадженню креативного менеджменту в корпорації.

З проміж гальмуючих чинників слід виокремити: економічні кризові прояви; низький науково-інноваційний потенціал; ускладнення та зростання витрат на науково-дослідні розробки; неякісні маркетингові рішення; відсутність попиту на інноваційну продукцію; низька платоспроможність населення; закриття ринків збуту; високі підприємницькі ризики; недоступність джерел фінансування; застаріла матеріально-технічна, технологічна й наукова база; домінування тактичних інтересів; орієнтація на короткострокову перспективу; громіздкість організаційної структури; надмірна централізація управління; відсутність довгострокового прогнозування; консервативність менеджменту корпорації; переважання авторитарного стилю управління; недосконалість зворотного комунікаційного зв'язку та ефективних комунікаційних ланцюгів; переважання вертикальних інформаційних потоків; труднощі в між командних взаємодіях; орієнтація на традиційні ринки збуту; недосконалість нормативно-правового поля щодо інноваційної діяльності та захисту інтелектуальної власності; ігнорування культурних бар'єрів; вплив досвідчених кадрів; відсутність належної освіти й підвищення кваліфікації; недосконалість державної соціальної політики; відсутність мотивації й стимулювання до творчої праці; низький статус креативного лідера; опір впровадженню змін; страх працівників щодо збільшення обов'язків та відповідальності.

З проміж сприятливих чинників слід виокремити: формування креативного середовища; підвищення науково-технічного потенціалу; підтримка інноваційної активності; наявність можливостей й резерву фінансових, матеріально-технічних і трудових засобів; наявність необхідної інноваційної інфраструктури; загострення конкуренції та звуження життєвого циклу продукції; забезпечення охорони інтелектуальної власності; розширення ринків збуту; формування креативних груп; гнучкість організаційної структури; децентралізація управлінських ланцюгів; демократичний стиль управління; ефективні комунікаційні ланцюги; наявність стратегічного мислення; організація креативної освіти; наявність пілг, що стимулюють інноваційну діяльність; співпраця із різноманітними громадськими організаціями та асоціаціями; суспільне визнання бізнес-лідерства; розвиток інноваційної культури; ефективна система моральної та матеріальної винагороди; забезпечення умов для самореалізації та саморозвитку працівників; створення умов для творчої праці.

Внутрішні чинники удосконалення креативного менеджменту опираються у 80 % на креативне середовище корпорації і 20 % на технічні й технологічні можливості й резерви.

Тобто, удосконалення креативного менеджменту в умовах мультирівневої цифрової трансформації можливе тільки у багатогранному сприятливому креативному бізнес-середовищі корпорації, з використанням різноманітних способів, засобів, методів й інструментів стимулювання творчої активності працівників.

Водночас, з'ясовано, що більшість сучасних корпорацій принципово не готові успішно розв'язувати базові проблеми креативного менеджменту.

Для удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації необхідні такі елементи:

унікальні компетенції працівників корпорації (знання, навички, досвід);

формування креативної бізнес екосистеми;

творче мислення, гнучкість і наполегливість щодо пошуку креативних ідей і рішень;

широке використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій і ланцюгів;

система мотивації й матеріального стимулювання включаючи кар'єрне зростання.

Метою удосконалення креативного менеджменту вважається активізація генерування креативних ідей та рішень, їх оцінювання і фільтрація.

Удосконалення креативного менеджменту корпорації має ґрунтуватись на наступних принципах: ефективне лідерство; новаторство, клієнтоорієнтованість; стимулювання бізнес-експериментів; орієнтація на унікальність і оригінальність; постійне самовдосконалення персоналу на основі новітніх розробок; готовність працювати в умовах змін і викликів; стратегічний розвиток; використання нових ресурсів; мотивація реалізації творчого потенціалу.

«Формування та успішний розвиток креативного менеджменту, передбачає дотримання топ-менеджерами підприємств означених принципів: тісний взаємозв'язок між метою, цілями, завданнями креативного менеджменту та розробкою креативних рішень; можливості участі усього персоналу в діяльності креативних груп щодо генерування креативних ідей та розробки креативних управлінських рішень і заходів; використання комбінації різноманітних методів, технологій, моделей щодо генерування креативних ідей та розробки креативних управлінських рішень і заходів; формування сприятливих умов для розвитку креативності працівників інноваційного підприємства; мінімізація часових витрат та підвищення ефективності щодо реалізації креативних ідей; забезпечення бажаного впливу реалізації креативних ідей на економічні, безпекові та екологічні параметри функціонування; забезпечення конфіденційності» [1].

Креативний менеджмент корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації має такі характерні специфічні ознаки: зорієнтованість на досягнення визначених мети і завдань, складність, ієрархічність; інноваційність бізнесової екосистеми; розвинуті функціональні й комунікаційні ланцюги; високу чутливість до помилок; унікальні компетенції й конкурентні переваги; жорстке забезпечення кібербезпеки та захисту інформації; багатомірність розмаїття управлінської структури; багатозв'язність управлінських елементів; різнорідність компонентів; багатократність змін і трансформацій; багатокритеріальність і багаторівневність.

Напрямами удосконалення креативного менеджменту корпорації в умовах мультирівневої цифрової трансформації слід вважати:

- формування стратегічної політики формування креативного середовища;
- визначення стратегічних й тактичних мети і завдань креативної та інноваційної діяльності;
- створення креативного середовища й творчої атмосфери в корпорації;
- підвищення креативного потенціалу персоналу корпорації;
- впровадження гнучкої організаційної та управлінської структури креативного типу;
- формування ефективних креативних груп і команд;
- стимулювання фахівців корпорації генерувати креативні ідеї;
- застосування різноманітних методик, засобів, технік, інструментів креативності щодо фільтрації креативних ідей та рішень;
- активізація інноваційності в корпорації.

Цікаву тезу висунув Морган Макколл, який переконує, що «управлінські навички й інтуїція, завдяки яким можна досягти успіху при виконанні завдань, формуються в процесі виконання попередніх завдань»[3]. Тому, замість того щоб шукати «необхідних» співробітників, успішних в основній діяльності, інноваційним підприємствам необхідно шукати керівників, які пройшли потрібні школи досвіду, що допоможе їм виявити і розвинути нові напрямки бізнесу [3].

Для успішної реалізації заходів щодо удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації необхідно сформувати адекватну корпоративну культуру. Для творчих креативних корпорацій доцільно формувати новий тип корпоративної культури – едхократичний, який вважається перспективним. Саме цей тип корпоративної культури забезпечує успішне функціонування корпорацій, орієнтованих на креативність, підвищення інтелектуального потенціалу, модернізацію

програмного забезпечення, генерування високотехнологічної продукції й послуг, аерокосмічної індустрії, нанотехнологій тощо. Водночас, акцентуємо, що в умовах мультирівневої цифрової трансформації корпораціям доцільно використовувати «нечітке когнітивне моделювання FuzCogMap та засоби Fuzzy Logic Toolbox на основі MatLab – простору, які пов'язують мету, завдання, цінності, пріоритети, усі його складові та враховують фінансові обмеження і нові технологічні можливості цифрових трансформацій (хмарних технологій, робототехніки, блокчейну, біосенсорів, елементів штучного інтелекту, Big Data)».

Висновки. В статті обґрунтована необхідність та напрями удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації, з'ясовано економічну сутність креативного менеджменту корпорацій, здійснена оцінка впливу корпоративної культури на ефективність креативного менеджменту корпорацій, розкрито теоретичний базис формування напрямів удосконалення креативного менеджменту корпорацій на основі мультирівневої цифрової трансформації. Зокрема обґрунтовано, що для успішної реалізації заходів щодо удосконалення креативного менеджменту корпорацій в умовах мультирівневої цифрової трансформації необхідно сформувати адекватну корпоративну культуру. Для творчих креативних корпорацій доцільно формувати новий тип корпоративної культури – едхократичний, який вважається перспективним. Саме цей тип корпоративної культури забезпечує успішне функціонування корпорацій, орієнтованих на креативність, підвищення інтелектуального потенціалу, модернізацію програмного забезпечення, генерування високотехнологічної продукції й послуг, аерокосмічної індустрії, нанотехнологій тощо.

Список використаних джерел

1. Гудзь О.Є. Інноваційне підприємництво: Навч. посібник. К.: Планета людей, 2018. 187 с.
2. Кузьмін О.І., Зінкевич Д.К. Характеристика та місце креативного менеджменту в системі управління машинобудівним підприємством. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.10. С. 159-167.
3. McCall Morgan. High Flyers: Developing the Next Generation of Leaders / Morgan McCall. Boston: Harward Business School Press, 1998.

REFERENCES

1. Gudz O.E. (2018). Innovaciyne pidpryemnyctvo. [Innovation enterpriseship] Kyiv: Planet of himan.
2. Kuzmin O.I. (2009). Harakterystyka ta misce kreatyvnoho menedgmentu v systemi upravlinnya mashynobudivnym pidpryemstvom. [Description and place of creative management in managerial system of a machine-building enterprise]. Scientific announcer NLTU of Ukraine.
3. McCall Morgan. (1998). High Flyers: Developing the Next Generation of Leaders / Morgan McCall. Boston: Harward Business School Press/

ГУДЗЬ ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА, МИЗИН ОЛЕГ АЛЕКСАНДРОВИЧ.
НАПРАВЛЕНИЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
КОРПОРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ МУЛЬТИУРОВНЕВОЙ ЦИФРОВОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ. *Обоснована необхідність и направления усовершенствования креативного менеджмента корпорацій в условиях мультиуровневой цифровой трансформации, выяснена экономическая сущность креативного менеджмента корпорацій, осуществлена оценка влияния корпоративной культуры на эффективность креативного менеджмента корпорацій, раскрыт теоретический базис формирования направлений усовершенствования креативного менеджмента корпорацій.*

Ключевые слова: креативный менеджмент, направления усовершенствования креативного менеджмента корпораций, корпоративная культура, мультиуровневая цифровая трансформация.

GUDZ OLENA, MIZIN OLEG. DIRECTIONS FOR IMPROVING THE CREATIVE MANAGEMENT OF CORPORATIONS IN THE CONTEXT OF MULTILEVEL DIGITAL TRANSFORMATION. *Necessity and directions of improvement of creative management of corporations in the conditions of multilevel digital transformation are substantiated, economic essence of creative management of corporations is found out, the influence of corporate culture on efficiency of creative management of corporations is estimated, the theoretical basis of formation of directions of improvement*

Keywords: *creative management, directions of improvement of creative management of corporations, corporate culture, multilevel digital transformation.*