

УДК 658

## КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ – КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**В.Ю. Конюхов<sup>1</sup>, А.А. Цишковская<sup>2</sup>, Е.В. Уколова<sup>3</sup>**

Иркутский государственный технический университет,  
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

Рассматривается важность креативного менеджмента в сфере управления. Поднята проблема креативного потенциала инновационной организации и его влияние на ее развитие.

Библиогр. 4 назв.

*Ключевые слова: управление; креативный менеджмент; креативный потенциал.*

## CREATIVE MANAGEMENT - A COMPETITIVE ADVANTAGE IN INNOVATIVE ORGANIZATIONS DEVELOPMENT

**V. Konyukhov, A. Tsishkovskaya, E. Ukolova**

Irkutsk State Technical University,  
83 Lermontov St., Irkutsk, 664074

The article discusses the importance of creative management in the field of management. The article raises the issue of creative potential of innovative organization and its impact on innovative organization's development.

References:4.

*Keywords: management; creative management; creative potential.*

В настоящее время наступает эпоха инновационного развития, когда главную роль играют знания, наукоемкие технологии и новые разработки. Создаются национальные инновационные системы, цель которых - построение экономики, основанной на инновациях.

На инновационной стадии развития информация и знания становятся предметами и средствами труда для креативного мышления, продуктом которого являются новые идеи, имеющие большой социально-экономический эффект. При этом при переходе на новую стадию все достижения предыдущих стадий сохраняются и развиваются на более высоком уровне.

Инновации – это все виды нововведений, повышающие эффективность социально-экономических процессов во всех областях и на всех уровнях общества: в экономике, политике, социальной сфере, науке, технике, искусстве, образовании и др. Современные организации осуществляют свою деятельность в жестких, постоянно меняющихся условиях как национальной, так и мировой экономики, где зачастую возникают непредвиденные ситуации, требующие незамедлительных ответных действий, а также нестандартного подхода к разрешению появившихся проблем. Организацией может быть достигнуто устойчивое конкурентное преимущество именно благодаря креативному подходу к управлению и созданию благоприятных условий для инноваций. Инновациями становятся реализованные на практике новые (креативные) идеи, обычно полученные при помощи креативного мышления или путем заимствования.

Творчество все более активно проникает из сферы искусства и науки в другие сферы человеческой деятельности. Сфера управления не является исключением. «Наиболее эффективные руководители те, кто могут посмотреть на сложную ситуацию под другим углом. Меняя свое восприятие проблемы, они меняют и свое видение ее». Эдвард де Боно. Применение креативности позволяет генерировать новые идеи в виде инновационных продуктов и услуг. Те организации, которые не способны к инновациям, скорее всего, потерпят поражение в соревновании с теми, которые ведут активную инновационную политику. Управление в обществе, ориентированном на внедрение инноваций, должно быть в сущности креативным, а именно создающим эти самые инновации.

В современном менеджменте управление процессами формирования новых идей относят к «креативному менеджменту», который является частью инновационного менеджмента.

---

<sup>1</sup> Конюхов Владимир Юрьевич, профессор кафедры управления промышленными предприятиями, кандидат технических наук, e-mail: C12@istu.edu

Konyukhov Vladimir, Candidate of Engineering Sciences, Professor of Enterprises Management Department, e-mail: C12@istu.edu, e-mail: kvu@invest38.com

<sup>2</sup> Цишковская Анастасия Александровна, аспирантка, Экономический Университет во Вроцлаве, e-mail: a.tcishkovskaia@mail.ru

Tsishkovskaya Anastasia, a postgraduate student, University of Economics in Wroclaw, e-mail: a.tcishkovskaia@mail.ru

<sup>3</sup> Уколова Евгения Владимировна, студентка ИЭУиП, e-mail: ukolovaevgenija@yandex.ru

Ukolova Eugenia, a student of Economics, Management and Law Institute, e-mail: ukolovaevgenija@yandex.ru

В последнее время в теории управления все чаще обращают внимание на проблему всестороннего использования творческого (креативного) потенциала топ-менеджеров предприятия.

Важными особенностями творческой (креативной) работы являются то, что эта работа требует также внутренней мотивации человека, знаний и опыта и носит в современных условиях во многом командный характер. В настоящее время выделяются следующие основные условия для творческого решения задачи: знания, опыт, труд, умение творчески мыслить, личная мотивация.

Традиционное администрирование основано на выполнении людьми твердо установленных правил и не направлено на проявление ими инициативы и раскрытие всех своих способностей. Креативный менеджмент, в свою очередь, направлен на всемерное раскрытие творческих способностей людей, в этом организация может помочь своим работникам, а именно:

- заинтересовать путем обеспечения возможности проявления инициативы, участия в различных конференциях, выставках, новых проектах, в курсах повышения квалификации;
- давать ответственные задания и поручения, требующие самостоятельных действий и упорства, т.к. привычные (стандартные, шаблонные) методы не дадут желаемого позитивного результата;
- ценить, тем самым поощрять инициативу, нестандартное мышление;
- поддерживать и помогать, т. е. заботиться о благоприятной атмосфере и комфорте условий работы сотрудников.

Методы, ориентированные на персонал предприятия нацелены на формирование новых идей у специалистов на предпроектной и проектной стадиях инновационного цикла. С некоторой степенью условности их можно разделить на три группы:

1. Методы психологической активизации мышления.
2. Методы систематизированного поиска.
3. Методы направленного поиска.

К методам психологической активизации мышления можно отнести: мозговой штурм, обратную мозговую атаку, корабельный совет, аналогии, синектику, конференцию идей.

К методам систематизированного поиска относятся: списки контрольных вопросов, оператор РВС, морфологический анализ, функциональный анализ, функциональный метод проектирования Мэтчетта, метод фокусных объектов, метод гирлянд ассоциаций и метафор, метод многократного последовательного классифицирования, метод синтеза оптимальных форм.

К методам направленного поиска относятся: функционально-стоимостной анализ (ФСА), функционально-физический метод поискового конструирования Р. Колера, теория и алгоритм решения изобретательских задач Г.С. Альтшуллера (ТРИЗ и АРИЗ). При этом каждый из методов имеет целью облегчить поиск решения творческих задач по сравнению с методом «проб и ошибок», которым обычно пользуется человек. Целесообразность применения метода, принадлежащего к той или иной группе, зависит от сложности решаемой задачи.

Креативность мышления требует уверенности в себе, активности и лидерства, способности идти на риск. Креативность зависит от таких качеств как: изобретательность, умение находить решения на базе нового мышления, способность взглянуть на проблему с разных и новых сторон, интерес к экспериментированию, способность к рефлексии и непрерывному обучению, способность вновь и вновь придумывать новые идеи. Креативные люди всегда стремятся пересмотреть существующие процедуры и стереотипы, оперируют сценариями будущего, рассматривают различные изобретения и их последствия. Они ищут общие черты в том, что казалось несовместимым, создают неожиданные комбинации, в которых и лежит ключ к решению проблемы. Творческая, креативная деятельность разрушает существующие стереотипы.

Под креативным менеджментом понимается управление людьми в организациях, направленное на максимальное раскрытие и использование их творческих способностей на предпроектной и проектной стадиях инновационного цикла для создания новых, конкурентоспособных идей на уровне изобретений (услуг) в различных областях человеческой деятельности.

Концепция управления креативным потенциалом компании базируется на общей теории менеджмента, но акцентирует внимание субъектов управления на проблеме использования ее творческого потенциала, творческого потенциала всех ее сотрудников при разработке и принятии управленческих решений, на задачах повышения их квалификации, внедрения в процесс управления современных методов креативного мышления и принятия решений, создания творческой атмосферы внутри коллектива, стимулирующей развитие процесса самореализации и самосовершенствования сотрудников [3].

Креативный потенциал компании можно определить, как способности компании к принятию и реализации креативных управленческих решений, способствующих достижению поставленных компанией целей и формирования уникальных конкурентных преимуществ за счет использования собственных и привлеченных ресурсов.

Следует подчеркнуть, что креативный потенциал компании не является простой суммой креативных потенциалов ее сотрудников. Его использование характеризуется синергетическим эффектом от реализации креативного потенциала сотрудников и использования организационно-экономического механизма развития этого потенциала.

Управление креативным потенциалом в конкретной экономике требует регулярного анализа креативного потенциала компании, планирования мероприятий по реализации и развитию этого потенциала, соответствующего контроля и оценок эффективности использования креативного потенциала компании [1].

В настоящее время считается, что экономика стран в своем развитии проходят шесть стадий, которые определяются главными отраслями, ресурсами и товарами, преддрежающими экономический рост. Этими стадиями являются:

- доиндустриальная – главная роль принадлежит сельскому хозяйству;
- индустриальная – главная роль принадлежит промышленности;
- постиндустриальная – на первое место выходит сфера услуг;
- информационная экономика – экономическое развитие обеспечивается в первую очередь информационными системами и технологиями;
- экономика знаний – ведущую роль в экономике начинают играть нематериальные активы и интеллектуальная собственность;
- креативное или инновационное общество – главную роль в развитии общества играют новые идеи и инновации).

На инновационной стадии развития информация и знания становятся предметами и средствами труда для креативного мышления, продуктом которого являются новые идеи, имеющие большой социально-экономический эффект. При этом при переходе на новую стадию все достижения предыдущих стадий сохраняются и развиваются на более высоком уровне.

Инновации - это создаваемые и осваиваемые новые или усовершенствованные технологии, товары и услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товаров и услуг на рынок [2].

Целью креативного менеджмента является генерация новых идей и поиск новых решений для достижения успеха страны, фирмы и организации в различных областях.

Применение нестандартных творческих идей и решений в бизнесе и управлении – прямой результат повышения интенсивности конкурентной борьбы, требующей новых маркетинговых идей, совершенствования рекламы, более активного использования нетрадиционных инструментов. В сфере управления стало уже традиционным использование реинжиниринга и контроллинга, предполагающих творческий подход к решению традиционных проблем управления на основе использования информационных технологий (позволяющих повысить производительность труда) и разработки новых методов прогнозирования рыночных ситуаций, необходимых для корректировки стратегии компаний.

Реализуются решения, направленные на сокращение объема рутинного труда в компаниях, на передачу такого управленческого труда компьютерам, машинам и автоматам. Соответственно высвобождается время, которое персонал, особенно управленческий, может тратить на творческую деятельность. Специалистами все более ценится не только и даже не столько уровень оплаты труда, сколько возможности творческой самореализации, свободы творчества [1].

Стратегический менеджмент невозможен без творческого мышления. Процесс разработки миссии предприятия и его стратегии – это процесс творчества, даже искусства. Инновационный менеджмент тем более немыслим без креативных решений, без творческих инициатив руководителей и исполнителей. В то же время следует учитывать, что креативные решения всегда характеризуются высокой степенью риска, даже непредсказуемостью. Отсюда проблема сочетания искусства и научного подхода в управлении: Использование таких решений дает компаниям уникальные конкурентные преимущества благодаря совершенствованию маркетинговой деятельности, рекламы, новым возможностям проникновения на рынки [4]. Цена за креативность высока, но она того стоит, чтобы заслужить организации носить имя инноватора.

### **Библиографический список**

1. Горелов Н.А., Литун О.Н, Мельников О.Н. Человеческие ресурсы в креативной экономике // Креативная экономика. – 2007. – №1.
2. Соколова О.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для вузов . – 2-е изд., испр. и перераб. – М.: КноРус, 2013.
3. Шевырев А. В. Креативный менеджмент. Синергетический подход. – М.: ЛитКараВан, 2007.

4. Шевырёв А.В. Дефиниции креативности // Креативность и социальные науки: сб. статей. – М.: Изд-во Института социальных наук, 2011.