

Зміст

Вступ	6
Тема 1. Сутність креативного менеджменту	8
1.1. Суть та місце креативного менеджменту як науки	8
1.2. Концептуальні засади креативного менеджменту.....	12
1.3. Актуальність запровадження креативного менеджменту.....	18
<i>Контрольні питання</i>	21
Тема 2. Формування креативної особистості	22
2.1. Сутність творчості та креативності	22
2.2. Творчий потенціал особистості.....	36
2.3. Риси креативної особистості	48
2.4. Мислення у дослідницькій та управлінській діяльності	55
2.5. Види творчого мислення.....	60
2.6. Зв'язок креативності з інтелектом	68
<i>Контрольні питання</i>	75
Тема 3. Форми виявлення, способи розвитку і використання творчого потенціалу особистості	76
3.1. Характеристика креативного процесу	76
3.2. Методи активізації творчого мислення	86
3.3. Теорія вирішення винахідницьких завдань.....	108
3.4. Нейролінгвістичне програмування.....	113
3.5. Технологія розвитку креативності	122
3.6. Класифікація типових прийомів пошуку рішень	136
<i>Контрольні питання</i>	142
Тема 4. Менеджер креативного типу	143
4.1. Основні риси та критерії менеджера креативного типу.....	143
4.2. Формування потенціалу менеджера креативного типу	148
4.3. Роль менеджера у створенні організації, що самонавчається.....	150
<i>Контрольні питання</i>	159

Тема 5. Формування креативного середовища на підприємстві	161
5.1. Процес активізації творчої праці на підприємстві	161
5.2. Стилi керівництва і формування інноваційної культури на підприємстві	166
5.3. Управління знаннями на підприємстві	175
5.4. Методи виявлення проблем та їх аналіз	186
<i>Контрольні питання</i>	191
Тема 6. Управління креативністю	193
6.1. Створення креативної організації	193
6.2. Суть, види та способи формування креативних команд	202
6.3. Управління розробкою креативних рішень на підприємстві	217
6.4. Управління креативним потенціалом підприємства	227
<i>Контрольні питання</i>	238
Тема 7. Мотивування творчості	239
7.1. Мотиваційний механізм інноваційної діяльності	239
7.2. Творчий підхід керівника до мотивації працівників	248
7.3. Методи стимулювання творчої активності персоналу підприємства	257
<i>Контрольні питання</i>	269
Тема 8. Діагностика системи креативного менеджменту	270
8.1. Оцінка творчого потенціалу працівників	270
8.2. Методичні підходи до формування і оцінки рівня інтелектуального капіталу підприємства	274
8.3. Методичні рекомендації з оцінювання системи креативного менеджменту	282
8.4. Методичні рекомендації з оцінювання рівня інформаційного забезпечення суб'єктів системи креативного менеджменту	290
<i>Контрольні питання</i>	302
Тема 9. Розвиток творчого суспільства	304
9.1. Суть та особливості креативної освіти	304
9.2. Суть та значення розвитку креативної економіки	313
9.3. Формування креативного суспільства	316
9.4. Розвиток креативних ситуаційних центрів	321
<i>Контрольні питання</i>	328

Ситуаційні завдання.....	329
Тестові завдання.....	339
Тестові методики визначення рівня креативності.....	350
Тренінги для розвитку креативності.....	420
Перелік запитань для самостійного вивчення.....	443
Словник основних термінів і понять.....	450
Список використаної та рекомендованої літератури.....	455
Додатки.....	468

Вступ

Утримання надійних конкурентноздатних позицій підприємств різних форм господарювання залежить від багатьох чинників, зокрема, від сучасної тенденції творчої активності їх персоналу. В Україні формування конкурентних взаємовідносин виявило неготовність багатьох підприємств до розробок та впровадження стратегічного управління інноваційними процесами та впровадженням інновацій.

На більшості вітчизняних підприємств їх керівники дотримуються тих традицій управління, які були сформовані ще в умовах командної економіки. У своїй діяльності замість орієнтації на виробництво високоякісної продукції, здатної конкурувати на внутрішньому та світовому ринках, менеджери концентрують увагу на виготовленні продукції без застосування креативного підходу, що потребує мінімальних витрат і не забезпечує потрібної якості виробів.

Лише засвоєння інноваційної моделі сучасного формування стратегічного розвитку, якої дотримуються економічно розвинені країни, може дати зміцнення конкурентних позицій підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках. В цілому світовий досвід все більше переконує в тому, що економічний та соціальний прогрес, в кінцевому результаті, залежить не стільки від системи управління якістю, організації виробництва, його матеріально-технічного оснащення, скільки від творчої активності самої людини, її бажання ефективно працювати з високою віддачею, її ентузіазму, прагнення до постійного оновлення існуючих знань та їхньої реалізації у виробничому процесі.

Для успішного керівництва формуванням інноваційної діяльності підприємств важливо створити таку креативну команду фахівців, яка дозволить підприємству успішно конкурувати на ринку інновацій у сучасних ринкових умовах.

Щоб створити креативні команди на підприємстві, необхідно аби керівники вміло запроваджували креативний менеджмент на підприємстві. З огляду на це, менеджерам нині потрібно глибоко оволодіти знаннями з особливостей формування креативної особистості, способами розвитку, раціонального використання творчого потенціалу, наполегливо працювати над створенням дієвої мотивації до праці, атмосфери високої відповідальності за

виконання креативних рішень, ефективної системи креативного менеджменту та її діагностики і прогнозування.

Саме на це, на розкриття домінантних положень креативного менеджменту як науки і виду управлінської діяльності й спрямований даний посібник. Для кращого сприйняття матеріалу в ньому сформовано дев'ять тем, які індуктивно розкривають суть і діапазон новаторських устремлінь менеджера креативного типу, акцентують увагу на формуванні креативного середовища на рівні підприємства й суспільства загалом. У засвоєнні порушеної теми добре слугуватимуть ситуаційні і тестові завдання, тренінги з розвитку креативності, перелік запитань для самостійної роботи, словник основних термінів і понять, список використаної та рекомендованої літератури, відповідні додатки.

На особливу увагу заслуговують подані у посібнику тестові методики визначення рівня креативності та тренінги по розвитку креативності, що дозволять користувачам не лише оцінити потенціал власної креативності, а й ознайомитись із засобами розвитку креативних здібностей. А словник основних термінів і понять допоможе користувачам у засвоєнні основної термінології з пропонованої дисципліни.

Відтак навчальний посібник «Креативний менеджмент» буде корисним для науковців, викладачів, аспірантів, студентів спеціальності 8.18010012 «Управління інноваційною діяльністю», а також фахівців-практиків у даній сфері діяльності.

Тема 1.**Сутність креативного менеджменту**

- 1.1. Суть та місце креативного менеджменту як науки
- 1.2. Концептуальні засади креативного менеджменту
- 1.3. Актуальність запровадження креативного менеджменту

1.1. Суть та місце креативного менеджменту як науки

Творчість все більш активно проникає з сфери мистецтва в інші сфери людської діяльності. Сфера управління не є винятком. Стандартні підходи до управління вичерпали свої резерви підвищення ефективності діяльності підприємства, тому майбутнє за технологіями креативними. Креативний менеджмент розширює діапазон бачення проблем розвитку і проектування варіантів їх вирішення. Що, як не це, повинне бути головним в діяльності сучасного менеджера і забезпечувати йому та підприємству успіх у жорсткій конкурентній боротьбі, при несподіваних змінах економічної кон'юнктури в процесах прискорення технологічного прогресу і ущільнення часу, ускладнення соціально-психологічної структури сучасної людини, в умовах кардинальної зміни способу життя під впливом урбанізації, інформаційного вибуху, технічних засобів різного призначення.

З огляду на це, спостерігаємо швидке становлення нової галузі знань в управлінській науці – креативного менеджменту.

Після патентного періоду креативний менеджмент, попри всі труднощі становлення, заявив про себе як реально існуюча галузь знань. Сьогодні в багатьох інститутах і університетах світу існують спеціальні курси креативного менеджменту. В Україні, у навчальний процес вищої школи ця дисципліна запроваджена лише з початку XXI століття і перебуває на стадії формування. До речі, в Росії вперше презентація навчальної програми для економічних та управлінських вузів відбулась ще в 1995 році.

У креативному менеджменті, як і в будь-якій іншій науці, виділяють теоретичний і прикладний аспекти.

Теорія креативного менеджменту знаходиться на перетині інноваційного менеджменту, теорії творчості, яка має багато різновидів (теорія науково-технічної, художньої творчості) та низки інших наукових дисциплін (історія, філософія, психологія, соціологія, правознавство).

Креативний менеджмент вивчає психологічні, управлінські, соціологічні, економічні, історичні, культурологічні чинники, що впливають на процеси творчості. Він тісно пов'язаний з розвитком таких напрямів менеджменту, як управління персоналом, стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, з „самоменеджментом”, організаційною культурою підприємства, маркетингом та ін. Теорія креативістики почала зароджуватись приблизно з середини ХХ століття і лише нещодавно знайшла свій розвиток у ґрунтовному прикладному застосуванні.

Перехід на якісно новий щабель розвитку наукової сфери підштовхнув менеджерів до дії, вони стали активними учасниками досліджень, почали створювати матеріальну та інвестиційну базу діяльності. Отже, прикладні аспекти пов'язані, перш за все, з інноваціями, тобто процесами розробки, впровадження, експлуатації виробничо-економічного та соціально-організаційного потенціалу організації [137].

У науковій літературі мають місце різні підходи до визначення сутності та змісту креативного менеджменту (табл. 1.1) [59, с. 7-8].

Окремі автори вважають, що креативний менеджмент набуває найбільшого прикладного значення за умови його розкриття з позиції системного підходу. Тобто, акцентують увагу на тому, що креативний менеджмент є одним із напрямів інноваційного менеджменту та пов'язаний він здебільшого з новими видами продукції [59, с. 8].

Вперше, мабуть, розділив сфери інноваційного та креативного менеджменту А.І. Прігожин [92, с. 78-83], обумовлюючи його наступними тезами. Проблема креативного менеджменту, з організаційної точки зору, полягає у створенні тимчасових творчих колективів для формування банку нових ідей, а інноваційний менеджмент стосується реалізації найбільш слушних пропозицій та їх комерціалізації. Креативний менеджмент спирається на креативістику – галузь знань про продуктивне колективне вирішення творчих завдань, а інноваційний – на інноватику – галузь, що вивчає