

УДК:658.51

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Василенко В. А.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: valentin-vasilenko@yandex.ru*

В статье рассматриваются актуальные вопросы креативного менеджмента, его понимания и толкования, сущности и необходимости применения в современных условиях.

Ключевые слова: креативный менеджмент, креативное мышление, значение и перспективы

Постановка проблемы. Реальность жизни такова, что мир меняется намного быстрее, чем даже специалисты успевают это осмыслить. Замечать и понимать изменения тяжело, труднее вовремя осмыслить характер и направление происходящих изменений. Еще сложнее – управлять ими. Украинский бизнес сейчас, как никогда, нуждается в практических навыках анализа внешней среды и управления предприятиями в условиях нестабильности и высоких рисков.

Сегодня мы уже можем говорить о новом направлении в теории и практики управления – «креативном менеджменте», системном творческом управлении деятельностью (system managing creativity). Менеджмент становится многогранной междисциплинарной наукой – пройдя вековой путь от управления трудовыми операциями Ф. Тейлора до управления мыслительными процессами. У науки «менеджмент» появились новый предмет исследования – системная креативность, и объект – процесс креативного мышления. Главным преимуществом в управлении становится уже не отдельная идея, а способность постоянно генерировать и внедрять идеи в жизнь на основе креативного мышления. Формирование человека креативного типа (homo creator) предполагает освоение принципиально новой культуры мышления.

Однако **анализ исследований и публикаций** по вопросам становления, путей развития креативного менеджмента показывают, что имеются различные мнения по интерпретации сути и содержания рассматриваемой проблемы [1-5]. Многие современные исследователи креативное мышление связывают с инновационной деятельностью в организации. Так, российский исследователь В.А. Журавлев [3] под креативным менеджментом понимает управление людьми в организациях, направленное на максимальное раскрытие и использование их творческих способностей на предпроектной и проектной стадиях инновационного цикла в различных областях человеческой деятельности. С инновациями технических систем связывает проблемы креативности и основоположник ТРИЗ Альтшуллер Г.С.. Близок к такому пониманию и российский исследователь Кирсанов К., рассматривая креативный и эвристический менеджмент. Горелов Н.А. под креативным менеджментом рассматривает менеджмент интеллектуально-креативной деятельности тогда, как Беляцкий Н.П. вообще говорит о квантовой природе менеджмента.

Нерешенность принципиальных вопросов затронутой проблемы и позволяет сформулировать **цель данной работы**, которая заключается в теоретическом

обосновании и выявлении природы и сути креативного менеджмента, его предназначения.

Изложение основного материала. В философии существует принцип адекватности методов познания объекту познания. Сегодня изменилось состояние самого объекта управления – социума, рынка, человека, а методы познания и управления остались прежними, устаревшими. Любое общество не терпит застоя, который приводит его к деградации. Социуму необходим новый творческий тип мышления – креативный.

Креативность – это способность генерации нового знания путем технологически управляемого расширения и трансформации видения реальности как будущего, способного системно организовать настоящее, т.е. креативность – это творческое конструирование в режиме самоорганизации процесса мышления [6]. В этом смысле креативность отличается от творчества, как генерации нового знания путем использования уже существующих, но не явных актуальных свойств, связей, отношений. Креативность предполагает (to create – создавать) создание, проектирование таких свойств из уже существующих элементов (свойств и отношений рассматриваемого явления). Если творчество характеризуется неуправляемой спонтанностью, то креативность – управляемым продуктивным воображением на основе мышления [6]. Сегодня становится важнее правильно думать, чем много знать: «Воображение важнее знания» (Эйнштейн А) [7].

Соединение в творчестве трех составляющих – образного воображения, инновационного процесса и организаторских способностей предполагает интегративный характер современного креативно мыслящего менеджера.

Хозяйствующий субъект субъективно и объективно нацелен на производство новых благ, на получение дохода, на удовлетворение различных потребностей и интересов. Именно в связи с этим в его сознании и мышлении, а также в конкретной хозяйственной практике актуализируется креативный потенциал личности.

Понятие креативность применимо при характеристике систем предпринимательства, отраслей экономики, организаций, структурных подразделений организаций, отдельного человека и всего того, что способно создавать и воплощать в жизнь различные нововведения и усовершенствования, обладающие полезностью (добавленной стоимостью) для тех, кому они предназначаются. Российский исследователь Орлова Т.С. предпринимательский тип субъекта хозяйствования относит к высшей степени креативности личности [8].

Концепция креативности, как универсальной познавательной творческой способности, приобрела популярность после выхода работ Гилфорда Дж. [9], которую позднее развивал Торранс Е.П. [10]. В основе его концепции лежит принципиальное различие между двумя типами мыслительных операций: конвергенцией и дивергенцией. Гилфорд считал операцию дивергенции основой креативности, которую объяснял как «тип мышления, идущего в различных направлениях».

Гилфорд выделил шесть параметров креативности:

- способность к обнаружению и постановке проблем;
- способность к генерированию идей;

- способность к продуцированию идей – гибкость;
- способность нестандартно отвечать на раздражители – оригинальность;
- способность к усовершенствованию путем добавления деталей;
- способность решать проблемы, т. е. способность к анализу и синтезу.

Многие специалисты утверждают, что творческое мышление реализуется, как правило, в не менее творческие решения и применяются в случаях, когда недостаточно информации для принятия рационального решения, когда трудно установить причинно-следственные связи и прогнозировать последствия решений. Например, в вертикально-интегрированных компаниях, имеющих сложное организационное строение и такую же сложную организационную структуру.

Стратегический менеджмент также невозможен без творческого, креативного мышления и поэтому часто приходится рассчитывать на интуицию. Процесс разработки миссии предприятия и его стратегии – это процесс творчества, даже искусства, а хорошее искусство всегда связано с креативом. Инновационный менеджмент немислим без креативных решений, без творческих инициатив ЛПР и исполнителей. В то же время креативные решения всегда характеризуются высокой степенью риска, даже непредсказуемостью. Отсюда исходит проблема сочетания искусства и научного подхода в управлении: «Сочетание научного подхода и искусства в подготовке решений характерны для бизнеса, и проблема заключается в том, чтобы каждый подход нашел свое место» [11].

В современной украинской экономической науке и в отечественной системе экономического образования в настоящее время наблюдается как бы *переходное* состояние: старая экономическая теория уже отошла, а другой целостной экономической теории, а, следовательно, и адекватного ей мировоззрения хозяйствующих субъектов пока не создано.

Отсутствие собственного теоретико-методологического подхода к выработке комплексной экономической стратегии связано с вторжением в наше экономическое сознание иных ценностных ориентаций и приоритетов. Это происходит потому, что западная цивилизация, о чем убедительно писал еще Шпенглер О. [12], уничтожает культуру и способствует возникновению нигилизма, тогда как деловой мир Украины своих, действительно новых и соответствующих нашим условиям ценностей еще не выработал. Сделать это можно лишь с помощью формирования такого общественно значимого свойства нашего сознания, как креативность.

Теория менеджмента, основанная на классических принципах тейлоризма, остается практически неизменной (хотя и несколько модернизированной) на протяжении почти ста лет. Менеджеры западных компаний работают на стабильных рынках, с давно уже сформированными структурами и правилами игры. У нас же только складывается первое поколение менеджеров. На наших глазах формируются отрасли, компании и новые рыночные взаимосвязи. Вопросы диагностики организаций и принятия на этой основе управленческих решений только развиваются.

Российский исследователь Ванюрихин Г.И. [13] говорит: «Мы не учли, что Россия имеет свою тысячелетнюю историю предпринимательства и что «...русская народная этика и эстетика, имеющие еще дохристианские корни, создавали в жизни и ведении бизнеса атмосферу почитания идеалов добра, справедливости и правды»,

– об этом нам напоминает немецкий предприниматель К. Штайльманн [14]. Чтобы не допускать грубых ошибок в дальнейшем, нам необходимо критически переосмыслить опыт внутрифирменного и отраслевого управления в мире, но главное – научиться находить оптимальные решения в условиях недостаточной стабильности и неопределенности социально-экономической жизни, характерной для сегодняшней России. Речь идет об освоении творческого (креативного) подхода к принятию решений». Данное суждение в полной мере относится и к Украине, имеющую общие корни с Россией и многовековую историю совместного бытия.

Далее в своей работе [13] Ванюрихин Г.И. говорит о необходимости креативного подхода к экономике, в том числе и к управлению, в частности, контролю, как его важнейшей функции. Для России остается актуальным контроль руководителей на предмет злоупотреблений. Н.В. Гоголь считал, что...«приставить нового чиновника для того, чтобы ограничить прежнего в его воровстве, значит сделать двух воров наместо одного» [15]. Таким образом, порочный круг «злоупотребления – чиновничий контроль – новые злоупотребления» Гоголь Н.В. призывал разорвать с помощью идеальной системы управления, в которой функции контроля выполняются без контролеров. Это и есть принцип реализации закона о стремлении системы к идеальности [16]. В применении данного тезиса на практике можно привести пример известного менеджера Якокки Ли [17], который решал проблему качества продукции, доверяя самим рабочим отвечать за качество. Это означает, что он совместил систему производства и качества – и фактически использовал идеальную модель – органа контроля нет, а функции выполняются.

Ванюрихин Г.И. [13] приводит и другой удачный пример из сферы экономики Германии. «Решая вопросы социальной защиты населения Германии, канцлер Эрхард Л. [18] считал парадоксом вначале вводить рыночную экономику, а потом создавать систему социальной защиты (от нее!). По Эрхарду, социальная защита должна обеспечиваться социальной направленностью самой экономики: «Необходимы не особые права государства на социальную защиту, а создание условий, когда каждый может и обязан позаботиться о себе, проявляя инициативу. Трудолюбие, находчивость; вначале собственная личная ответственность, а затем обязанность государства... Никому и никогда не удастся защитить людей лучше, чем это они смогут сами, будучи свободными от регламентирующих предписаний».

В контексте этой конкретной проблемы взаимосвязи сознания и практической деятельности хозяйствующего субъекта, мы считаем, что важнейшим фактором перехода национальной экономики в стадию устойчивого развития является креативность экономического сознания хозяйствующей личности. Так, Ванюрихин Г.И. подчеркивает, что «мышление управленца должно отвечать вызову времени и позволять творчески решать проблемы экономического развития, как на уровне страны, так и на уровне предприятия в лице креативного менеджмента» [13].

Любая современная организация в стремлении к выживаемости должна успешно конкурировать в рыночной среде, что возможно только на основе новых принципов и подходов во всех сферах деятельности. К их числу можно отнести:

- переход от структурно-функционального и объектно-ориентированного подходов менеджмента к управлению бизнес-процессами;

- переориентации системы менеджмента на решение многомерных ситуационных задач антикризисного характера;
- переход от контроля над работниками к диагностике качества протекания бизнес-процессов с наделением их участников соответствующими полномочиями;
- замена административно-экономических отношений в организации преимущественно экономико-психологическими методами управления;
- переход от реактивного принципа управления к упреждающему менеджменту;
- плавный переход к креативному менеджменту с преимущественно горизонтальными коммуникационными связями.

Наряду с креативным менеджментом в последние годы появилось множество других направлений управления, большинство из которых, по нашему мнению, с большими или меньшими допущениями, можно также отнести к категории креативного менеджмента (рис. 1).

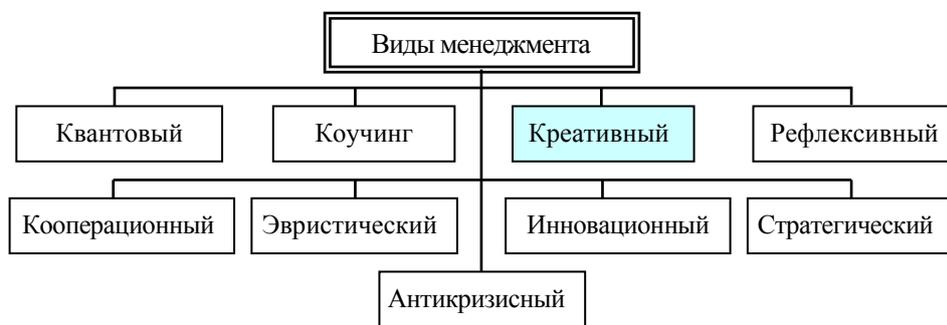


Рис. 1. Система менеджмента креативного характера

Важную роль в креативном управлении призвана сыграть синектика (synectics) – наука о мотивации творческой активности путем создания особых условий, стимулирующих выдвижение неожиданных и нестереотипных аналогий и ассоциаций при решении поставленной задачи. Синектика определяет творческий процесс как умственную активность в ситуациях постановки и решения проблем, где результатом являются научные или технические открытия (изобретения). Весьма перспективным в обучении персонала является коучинг

Коучинг (от англ. coaching – наставлять, воодушевлять, тренировать для специальных целей, подготавливать к решению определенных задач) [19] – это система принципов и приемов, способствующих развитию потенциала личности, а также обеспечивающих максимальное раскрытие и эффективную реализацию этого потенциала. Основная задача коучинга – содействие принятию и реализации человеком осознанных и ответственных решений по жизненно важным вопросам.

Российский исследователь Беляцкий Н. П. [2] считает, что, «исходя из единства природы, материи, энергии и на основе кибернетических принципов всеобщего организационного развития можно провести аналогии между механическими и физическими процессами, с одной стороны, и экономическими и управленческими

процессами – с другой. Сведение новых явлений к прежним представлениям имеет предел. Можно говорить о некоторой критической массе знаний, достижение которой дает качественный скачок». Далее автор работы [2] говорит: «На уровне отдельных организаций критическая масса организационных знаний сопряжена с высокими технологиями, а главное – скоростями распространения (движения) информации и финансов», которые должны посредством решения периодически возникающих проблем трансформироваться в успехи деятельности по следующей схеме:

знания сотрудников → организационные знания → управление знаниями → проектный менеджмент → деловая активность → управление рисками → успехи организации.

По Беляцкому Н.П. принцип прерывности утверждает, что управленческие решения приводят в действие коллектив лишь в тех случаях, когда энергия этих решений достигает определенных дискретных значений. «Эти квантовые значения энергии решений (качество решений) определяются квантовыми условиями, которые включают число степеней свободы рассматриваемой системы. Понятие кванта относится к величине энергии (уровня качества) решений, принимаемых к исполнению или принимаемых для исполнения другими».

При этом автор работы [2] не отвергает классический менеджмент: «Всякий акт управления (переход системы из одного состояния к другому) связан с принятием решения с достаточным уровнем энергии (качества), которая поглощается объектом управления (управляемой системой). Принцип дискретности придает менеджменту волновой пульсирующий характер. Это продолжение принципов системности и иерархичности классического менеджмента». В его представлении менеджер воздействует на систему конечными порциями энергии, которые Беляцкий Н. называет «решениями». Энергия скорости в механике имеет своим аналогом в менеджменте энергию действия, или деловую активность сотрудников.

Ядром квантового менеджмента становятся ресурсы личности сотрудников – управление человеческими ресурсами, а важнейшей функцией – управление знаниями. «Принципы квантового менеджмента опираются на законы, которые управляют совокупностями людей, а не отдельными людьми. Квантовый менеджмент описывает не характеристики, качества или свойства объектов управления, а вероятности. Формулируются не законы, раскрывающие будущее состояние системы управления, а законы управления изменениями во времени вероятностей, относящиеся к большим совокупностям индивидуумов» [2].

Особую роль в экономике развитых стран играет кооперационный менеджмент, увязывающий в одну технологическую цепочку поставщиков ресурсов, непосредственных производителей товаров и услуг с потребителями.

Креативность является основной предпосылкой для создания новаций, управление которыми являют суть инновационного менеджмента. Инновациями становятся реализованные на практике новые (креативные) идеи, обычно полученные при помощи креативного мышления или путем заимствования [4].

Другой российский исследователь Кирсанов К. [5] считает, что «И креативный, и эвристический менеджмент тесно связаны с менеджментом инновационным.

Инновационный менеджмент оперирует с интеллектуальным продуктом как объектом целым и неделимым. В отличие от этого и креативный, и эвристический менеджмент рассматривают данный продукт как сложное структурное образование».

Эвристический менеджмент отличается от креативного тем, что он направлен на управление личностью и творческое ее саморазвитие на основе индивидуального целеполагания и деятельности личности как решающего исполнителя интеллектуального продукта.

На приведенной иллюстрации (см. рис. 1), представлены стратегический, антикризисный и рефлексивный менеджмент, также требующие креативности при их применении. Действительно, выработка качественных стратегий развития организации требует приложения не только значимых знаний, но и их консолидации, творчества и креатива, в первую очередь, от высшего звена управления. Не меньшей, а зачастую, и большей креативности требуют разработки упреждающей стратегии и антикризисной программы и принятие решений на основе рефлексии [16].

Таким образом, можно **резюмировать**, что менеджмент как особый вид деятельности никогда не отстранялся от творчества; напротив, всегда его использовал. Во-первых, для собственных нужд, т.е. для разработки тех или иных управленческих решений, которые, по сути, представляют собой занятие творчеством – пусть часто и неэффективным. Во-вторых, менеджмент использует творчество для побуждения подчиненных к необходимым действиям. Такое побуждение предполагается при элементарно грамотной его организации путем постоянной апелляции к заложенному в каждом работнике творческому началу, часто осуществляемое на интуитивном уровне.

Креативная деятельность по своей сути неуправляема. У руководителя нет готовых инструкций и заданий, которые нужно довести до исполнения. ЛПР вынужден доверять исполнителю самому принимать соответствующие решения по выработке продукта креативного мышления. То же относится и к временным параметрам исполнения. Творчество мы не можем спланировать и стимулировать. Мы не можем заставить работника к назначенному часу «генерировать идею и выдать ее «на гора». Можно только стимулировать работника, ответственного за творчество. Менеджмент, таким образом, становится своего рода «мотивационно направленным на личность исполнителя или группу лиц.

Креативный менеджмент «работает» там, где создаваемый интеллектуальный продукт является результатом креативного мышления и деятельности коллектива. Он направлен на побуждение генерации новых идей и максимальное раскрытие творческого потенциала личности и коллектива и их использование в деятельности организации.

Список литературы

1. Альтшуллер Г.С. Творчество как точная наука / Г.С. Альтшуллер. – М.: «Советское радио», 1979. – 115 с.
2. Беляцкий Н.П. Квантовая природа менеджмента. / Н.П. Беляцкий // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №4. – С. 53-60.
3. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества. / В.А. Журавлев // Креативная экономика. – №4. – 2008. – С. 3 – 8.

4. Горелов Н.А. Креативный менеджмент (менеджмент интеллектуально-креативной деятельности)/Н.А. Горелов //Креативная экономика. – №9. – 2008. – С. 90 – 96.
5. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент / К. Кирсанов // Креативная экономика. – № 11. – 1995. – С. 17-21.
6. Шевырев А. Креативный менеджмент. Синергетический подход / А. Шевырев. – Белгород: Издательство: ЛитКараВан, 2007. – 272 с.
7. Эйнштейн А. Эволюция физики /А. Эйнштейн; [пер. с англ. Л. Инфельнд]. – М., 1986. – 224 с
8. Орлова Т.С. Креативность экономического сознания: монография / Т.С. Орлова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. – 366 с.
9. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта. Психология мышления / Дж. Гилфорд. – М.: Прогресс, 1969. – 157 с.
10. Torrance E.P. Guiding Creative Talent – Englewoodcliffs / E.P. Torrance. – N. Y.: Prentice-Hall, 1962. – 117 с.
11. Петрова Н.П. Творческие решения в бизнесе / Н.П. Петрова. – СПб: Речь, 2004. – 157 с.
12. Шпенглер О. Закат Европы (Сборник статей) / Освальд Шпенглер – М.: Вузовская книга, 1999. – 177 с.
13. Ванюрихин Г.И. Креативный менеджмент / Г.И. Ванюрихин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 122-143.
14. Штайльманн К. Новая философия бизнеса / К. Штайльманн: [в 3-х т.]. – Москва, Берлин: Российское психологическое общество, 1998. Т. 1.
15. Гоголь Н.В. Выбранные места из переписки с друзьями / Н.В. Гоголь. Собр. соч. в 7-и т. – Т. 6. – М.: Художественная литература, 1967.
16. Василенко В.А. О новом законе теории организации и его парадоксе/ В.А. Василенко //Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия «Экономика». – 2009. – Т. 22 (61), №2. – С. 86-96.
17. Яккока Ли. Карьера менеджера / Ли Яккока. – М.: Прогресс, 1991. – 196 с.
18. Эрхард Л. Полвека размышлений: Речи и статьи / Эрхард Л. – М.: Руссико: Ордынка, 1993. – 173 с.
19. Мюллер В.К. Англо-русский словарь / В.К. Мюллер. – М.: Издательский дом «Диалог», 1999. – 895 с.

Поступила в редакцию 01.12.2010 г.

Василенко В.О. Суть і значення креативного менеджменту / В.О. Василенко // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2010. – Т. 23 (62), № 3. – С. 64-71.

У статті розглядаються актуальні питання креативного менеджменту, його розуміння і тлумачення, суті і необхідності застосування в сучасних умовах.

Ключові слова: креативний менеджмент, креативне мислення, значення і перспективи

Vasilenko V.O. Essence and value of management of creativity / V.O. Vasilenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2010. – Vol. 23 (62), # 3. – P. 64-71.

The article reviews the questions is actuality of creativityof management, his understanding and interpretation, essence and necessity of application in modern terms.

Key words: management creativity, thought creativity, value and prospects.