

Корсунська М.Ю.
аспірантка
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
м. Полтава, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНА КРЕАТИВНІСТЬ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна концепція сталого розвитку підприємств потребує її доповнення такими категоріями як «креативна сталість» та «організаційна креативність». Креативна сталість як категорія може розглядатися з позицій перспективи розуміння впливу зовнішніх факторів (наприклад, зміни клімату) на формування його збалансованої прибутковості та сталого розвитку. Отже, креативна сталість підприємства досягається шляхом спрямування наукових досліджень на реалізацію цілей сталого розвитку, пошук креативних ідей (створених або запозичених підприємством), що спрямовані на захист навколишнього середовища, зростання та процвітання територіальних громад, у яких воно працює, участь у розв'язанні соціальних та екологічних проблем. Зрозуміло, що такий підхід дає змогу реалізувати важливі ціннісні пріоритети сталого розвитку підприємства, дотримання яких може впливати на прибутковість бізнесу. Спрямованість підприємств на втілення моделі сталого розвитку у довгостроковій перспективі вимагає впровадження в їх практичну діяльність інноваційного менеджменту, проведення необхідних організаційних змін, піднесення рівня їх організаційної креативності. Це створює додаткові переваги підприємств для збереження конкурентоспроможності на національних та глобальних ринках.

Організаційна креативність, як категорія, розкриває здатність підприємств щодо створення нового, цінного продукту, послуги, ідей, процедур, продуктів, які у сукупності змінюють інноваційний профіль організації та можуть супроводжуватися (але не завжди) організаційними змінами та впливати на інноваційний розвиток підприємства [1-3]. Взаємопов'язаними категоріями організаційної креативності є «інноваційний менеджмент» та «організаційні зміни», які разом визначають специфіку розвитку підприємства як складної соціально-економічної системи.

Кожна організація будує власну модель організаційної креативності, особливості якої визначають притаманні для неї джерела креативності: робоче середовище, галузевий досвід, міжгалузевий досвід, вивчення минулого, аналіз поведінки споживачів та ін. Особливу роль у забезпеченні організаційної креативності відіграють творчі групи, їх основні характеристики, а також внутрішньогрупові і загальноорганізаційні умови функціонування.

Особливості сталого розвитку (мета, цілі, завдання, ресурси) та організаційна креативність підприємств стають критично важливими у стратегічному управлінні сталим інноваційним розвитком. Привертає увагу підхід щодо управління організаційною креативністю на основі

інтелектуального капіталу, що запропонували J. Dementjeva, S. Rimantas. [4]. Вони пропонують досліджувати управління організаційною креативністю на основі системного підходу з позицій загального управління організацією, що включає традиційні функції менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль, координація, облік та аналіз), але з акцентом на управління інтелектуальним капіталом. На наш погляд, такий підхід потребує подальшого розвитку у напрямі оцінювання організаційної креативності.

Організаційна креативність міцно пов'язана із креативним менеджментом. Суб'єктів, на які спрямований креативний менеджмент, можна згрупувати таким чином: перша група – працівники підприємства, які займаються формуванням і розвитком креативних ідей; друга група – керівники підприємства, які здійснюють планування, організацію креативної діяльності, забезпечують процес мотивації персоналу до створення креативних ідей, а також контролюють і регулюють креативну діяльність підприємства.

Основними принципами здійснення креативного менеджменту, що має на меті сформувати креативний потенціал та зміцнити організаційну креативність підприємства є: результативне лідерство; новаторство, орієнтація на ринок; стимулювання експериментів; розвиток на основі нових знань; професійна компетенція працівника та її постійне підвищення; самовдосконалення працівника на основі новітніх знань; готовність до змін і викликів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища; акцентування на стратегії розвитку і використання нових ресурсів; орієнтація на унікальність і оригінальність продукту (послуги); ефективна мотивація реалізації творчого потенціалу [5].

Література:

1. Woodman, Richard & Sawyer, John & Griffin, Ricky. (1993). Toward a Theory of Organizational Creativity. *Academy of Management Review*. 18. P.293-321. 10.5465/AMR.1993.3997517.
2. Sundgren, Mats & Dimenäs, Elof & Gustafsson, Jan-Eric & Selart, Marcus. (2005). Drivers of Organizational Creativity. *R&D Management*. 35. P. 359 - 374. 10.1111/j.1467-9310.2005.00395.x.
3. Murray Eugene Jennex. Knowledge Management, Innovation, and Entrepreneurship in a Changing World (2020).300 P.
4. Dementjeva, Jelena & Stašys, Rimantas. (2021). Organizational creativity management based on the intellectual capital. 10.29119/1641-3466.2021.153.4.
5. Швець Г.О. Теоретичні аспекти креативного менеджменту (2016). *Менеджер*. №4 (73). С. 54-60.