

5. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-3 // Консультант плюс. Беларусь. Технология / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.

6. Климков, А.Г. Роль научно-технологических парков в инновационном развитии страны / А.Г. Климков // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Минск, 20–21 сентября 2018 г. / В 2 т. Т. 1 / Институт экономики НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2018. – 416 с.

7. Байнёв, В. Ф. О системных препятствиях на пути новой индустриализации Беларуси / В.Ф. Байнёв, В.Т. Винник // Экономист. – Москва, 2018. – № 5 – С. 55–63.

## АСПЕКТЫ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОПРЕДЕЛЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА РЫНКЕ ТРУДА

*Коваль С. П., ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды»,  
г. Переяслав-Хмельницкий, Украина*

В начале XXI в. формируется новая парадигма глобализации мировой экономической системы с приоритетным развитием человеческого капитала. Этому прежде всего способствуют процессы интернационализации и креативизации научно-технологической, экономической, социально-культурной сфер деятельности общества вместе с совокупностью факторов научно-технического прогресса и конкурентоспособности экономики.

Имплементация концепции креативной экономики как в развитых, так и в развивающихся странах, становится основой их экономического роста, структурного обновления и социальной консолидации, а реализация креативного потенциала обеспечивает лидерство стран в прибыльных сегментах глобального рынка.

При этом креативизация экономического развития обуславливает качественно новые изменения в системе корпоративных управленческих отношений, утверждается инновационно-креативный компонент международного менеджмента, так как современная концепция креативного менеджмента отображает новое направление в теории и практике управления в целом.

Креативизация определяется как принципиально новое направление развития системы управленческих отношений экономики знаний, что характеризуется не только непосредственным влиянием информационных технологий, но и совокупностью современных требований к решению задач и проблем, в том числе в стратегическом управлении.

Креативный менеджмент в узком смысле предлагается трактовать как локальную систему управления знаниями (талантами) организации, а в широком – как особенную функциональную конфигурацию управленческих процессов, таких как, креативное прогнозирование и планирование, креативную организацию, креативную мотивацию, креативное руководство, креативный контроль, что в совокупности присуще транснациональным корпорациям с полным инновационным циклом[1, с. 4].

Методологический аспект формирования креативной экономики как новой концепции начала XXI в. становится очень актуальным, поскольку он вызван необходимостью найти новое решение многих социально-экономических проблем и отображает многие современные взгляды на дальнейшее развитие мирового сообщества. Его базисом выступают различные сферы и виды экономической деятельности, где возможно и необходимо успешное применение креативного подхода (реклама, архитектура, искусство, рынок антиквариата, дизайн, мода, киноиндустрия, музыка, издательское дело, программное обеспечение, радио, телевидение и многое другое). Анализируя такие сферы, следует отметить, что зачастую именно благодаря применению креативного подхода, они развиваются намного успешнее по сравнению с другими видами деятельности, что в принципе и побуждает исследователей задуматься о важном факторе креатива или креативного подхода для достижения желаемых результатов.

Некоторыми исследованиями доказано, что наиболее успешными являются компании с высоким индексом креативности, которым также присущи общая эффективность ведения бизнеса, рациональность и сбалансированность издержек, значительный инновационный компонент менеджмента. Естественной средой креативного менеджмента является соответствующая система корпоративных ценностей, которая также положительно влияет на внедрение принципов креативного менеджмента [1, с. 5].

Для создания эффективной креативной системы на микроуровне важной является ориентация на прорывные инновации и формирование креативного персонала в пределах эффективной бизнес-системы. Для креативной макромоделли необходимо взаимодействие различных рыночных компонентов, в том числе инновационно-производственных комплексов, которые смогут связать науку и производство в единое целое.

Вместе с тем проблемы обоснования понятий «креативность», «креативная экономика», «креативный менеджмент» являются не только актуальными, но и дискуссионными в формате новых научных исследований и экономико-политической реальности. Это связано в первую очередь с необходимостью решения проблем определения тенденций экономического развития, универсальной идентификации креативных сфер экономики на основе обобщения современных классификационных моделей.

В глобальном измерении современное состояние социально-экономического развития мировой системы характеризуется динамизмом и многовекторностью. Поэтому в русле отмеченной инициативы многие эксперты, рассматривая тенденции, которые будут влиять в будущем на развитие экономики, и в частности, на рынок труда, практически одновременно высказывают точку зрения о преобладании значительного влияния на эту сферу процессов глобализации, демографической ситуации, изменения климата, геополитических преобразований, ускоренных темпов развития технологий и многое другое. Но именно креативизация как внутренних, так и внешних экономических процессов имеет значительный потенциал для эффективного, инновационного, прогрессивного развития.

При таких условиях происходят существенные трансформации рынка труда, который является составной экономической системы. Учитывая необычайно стремительный темп развития современной техники и технологий, а также возрастающую роль их влияния на сферу занятости населения, можно в связи с этим предположить дальнейшие изменения в организации производства товаров, предоставления услуг, появлении новых сфер деятельности, которые могут существенно влиять на развитие рынка труда.

Такие изменения могут быть вызваны, например [2, с. 25]:

- развитием цифровых технологий, которые меняют представление о коммуникационном пространстве и его возможностях;
- глобализационными и интеграционными процессами;
- влиянием шеринговой экономики, которая уже является мировым трендом и основным признаком которой считается общее пользование ресурсами, например, сокращение издержек производства или получение прибыли за счет предоставления имущества в аренду. На идеях шеринга строится новая мировая социально-экономическая система, так как это не просто рыночное сочетание спроса и предложения с помощью современных технологий, но это изменение концепции потребления. Мировая цивилизация переживает революционный переход от гиперпотребления, характерного для XX в., до общего потребления XXI в.;
- возрастанием клиентоориентированности – тенденции, которая возникла и развивается в основном в бизнес-среде под влиянием усиления конкуренции;
- необходимостью обеспечения экологической безопасности, что является требованием современного благоустройства;
- внедрением программирования и автоматизации производственных процессов, которые помимо вытеснения живого человеческого труда приводят к изменениям систем управления и администрирования;

➤ распространением роботизации, искусственного интеллекта, что неизбежно приведет к изменениям не только на отдельно взятых производствах, но и в структуре рабочей силы, видов экономической деятельности, экономической системы.

На протяжении нескольких последних лет эксперты Всемирного экономического форума выделяют десять ключевых навыков, необходимых работникам для конкурентного преимущества на рынке труда, а именно [2, с. 28]:

➤ креативность – способность к творчеству, которое может проявляться в мышлении, чувствах, общении, в отдельных видах профессий, занятости, в продуцировании новых идей, проектов. Уместным здесь предлагается применение системного подхода и термина «система креативного менеджмента» в широком смысле, который базируется на инновационно-креативных ресурсах управления, характеризуется динамической бизнес-активностью;

➤ эмоциональный интеллект – способность осознавать собственные чувства и эмоции, управлять ими, и используя эти знания, взаимодействовать с другими;

➤ умение ведения переговоров – умение создавать комфортные рабочие отношения и эффективно взаимодействовать с коллегами, подчиненными, потребителями и партнерами с целью достижения понимания и поддержки на пути реализации целей организации;

➤ способность оценивать ситуацию и принимать решения основывается на ситуационном анализе, теории принятия управленческих решений путем анализа, определения тенденций развития, прогнозирования различных ситуаций, процессов при решении управленческих проблем;

➤ когнитивная гибкость – способность решения нескольких задач одновременно, изменения решения при изменении текущей ситуации;

➤ комплексное решение проблем – поиск, накопление необходимой разносторонней качественной информации и осуществление на ее основе поиска путей решения;

➤ координация в команде – умение работать сообща с другими;

➤ критическое (аналитическое) мышление – способность логически мыслить, находить аргументы, ставить под сомнение собственные и другие суждения, выявлять сильные и слабые стороны подходов решения проблем;

➤ ориентация на клиента (клиентоориентированность) – ориентация на результат, т. е. на удовлетворение запросов клиентов;

➤ управление людьми – мотивация, направление людей к работе с целью достижения эффективных результатов.

Таким образом, социально-экономические трансформации, происходящие в современном обществе, обуславливают изменения к требованиям не только о профессиональной пригодности работника, но и его основных способностей, навыков работы. Поэтому в современном мире очень важно, чтобы человек, выбирая свою профессию, сопоставлял ее со своими будущими навыками, которые он будет формировать на протяжении всей своей трудовой деятельности и которые помогут ему быть конкурентноспособным на рынке труда, эффективно выполняя любые поставленные задачи.

Поэтому предлагается применение термина «система креативного менеджмента» в широком смысле, который базируется на инновационно-креативных ресурсах управления, характеризуется динамической бизнес-активностью.

Сегодня вопросы концептуальной детерминации понятий «креативность», «креативная экономика», «креативный менеджмент» остаются открытыми для научных дискуссий и трактовок. Поэтому дальнейшие исследования этих и других связанных с ними понятий являются актуальными и своевременными. Особенно актуальной становится задача создания комплексной многокомпонентной модели креативного менеджмента на основе интеграции и детализации ее ключевых компонентов: мотивации креативности, креативного мышления, креативных работников, креативных топ-менеджеров, креативных управленческих технологий, креативной корпоративной культуры.

## Список использованных источников

1. Галахова, Т.А. Креативный компонент в менеджменте международных компаний. Киев, 2015.
2. Боков, А.В. Современные тенденции развития рынка труда в Украине: научный доклад. Киев: ИПК ГСЗУ, 2018.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ КОНКУРИРУЮЩИХ ЦЕННОСТЕЙ

**Ковальчук В. Г.**, Харьковский учебно-научный институт Государственного Высшего учебного учреждения «Университет банковского дела», г. Харьков, Украина

Организация – явление сложное и многогранное, влияющее на множество аспектов человеческой жизни. Само определение организации можно воспринимать по-разному: иметь в виду определенное строение объекта с упорядоченной структурой; взглянуть на организацию более спрофилировано – как на искусственную группу в социуме, работающую как общественный институт и выполняющую общую для ее членов функцию.

Как явление организация чрезвычайно интересна, особенно ее общественная сторона, которая характеризуется присутствием надличностных образований – то есть ей присущи структура и механизм, адаптирующие ее к воздействию внешних факторов, специфическая внутренняя культура.

Именно общественная сторона, а точнее, ее важная составляющая – организационная культура, типология, систематизация различных видов организационных культур, является актуальной темой для исследований современных отечественных и зарубежных ученых.

Если говорить об организационной культуре, то она, в первую очередь, воспринимается как перечень проблем, составляющих основу ценностей и убеждений руководителя и персонала организации [3].

Под ценностями следует понимать те понятия, которые используют, как правило, для обозначения объектов, явлений и их свойств, а также абстрактных идей, воплощающих в себе обобщенные идеалы и выступающих, за счет этого, как эталон для определенной группы людей.

Организационная культура призвана выразить те основные общественные моменты, на которых строится деятельность всей организации. Это формирует фундамент, основные ценности, выражающие отношение к личности в рамках данной организации и вне их, к качеству услуг, предоставляемых клиентам, обязательства – этот перечень может быть бесконечным.

Понятно, что носителями организационной культуры выступают люди, и она получает свое отражение в традициях, ритуалах, нормах, комплексах правил, которые тщательно соблюдают все сотрудники организации.

В соответствии с системным подходом, следует считать, что одним из основных факторов успешной работы и полноценного функционирования систем является определение ее миссии и цели. Это можно признать наиболее влиятельной составляющей для формирования базы организационной культуры. Культурой организации определено содержание деятельности всех индивидов, она также выполняет функцию интеграции. Культура может считаться ресурсом, который организации могут эффективно использовать в том случае, если сформирован единый «язык культуры» в рамках данной организации, а ценности способствуют объединению людей, готовых разрешать конфликты и работать на ее благо.

Концепция конкурирующих ценностей Куинна – это теория, которая была разработана сначала в результате исследования, направленного на нахождение главных критериев эффективности организаций [1].