Економічні науки

УДК: 334.021

Павлов Владислав Владиславович
к.е.н., доцент кафедры экономики предприятия
Киевского национального университета технологий и дизайна

Павлов Владислав Владиславович
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
Київського національного університету технологій та дизайну

Pavlov Vladislav
Kiev National University of Technology and Design

ПОТЕНЦІАЛ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ

ПОТЕНЦИАЛ КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ХАРАКТЕРИСТИКА И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

POTENTIAL CREATIVE TECHNOLOGIES ENTERPRISES OF LIGHT INDUSTRY: CHARACTERISTICS AND PROBLEMS OF REALIZATION

Анотація. В статті дано характеристику потенціалу креативних технологій, а також проблем його підвищення та ефективного використання при формуванні та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України. Здійснено обґрунтування структури креативного потенціалу та дано методичні рекомендації щодо його підвищення через оптимізацію витратоутворюючих чинників, оптимізацію шляхом використання креативних технологій ланцюжка цінностей, оптимізацію стратегічного позиціонування. Представлено модель оптимізації систем управління витратами досліджуваних підприємств в рамках інноваційної стратегії підприємства шляхом застосування креативних технологій, схему реалізації даної моделі на практиці.

Ключові слова: креативні технології, легка промисловість, потенціал, стратегія розвитку підприємства, інноваційний розвиток, ефективність, оптимізація, управління витратами.

Аннотация. В статье дана характеристика потенциала креативных технологий, а также проблем его повышения и эффективного использования при формировании и реализации стратегии инновационного развития предприятий легкой промышленности Украины. Осуществлено обоснование структуры креативного потенциала и даны методические рекомендации относительно его повышения посредством оптимизации затратообразующих факторов, оптимизацию путем использования креативных технологий цепочки ценностей, оптимизацию стратегического позиционирования. Представлена модель оптимизации систем управления затратами исследуемых предприятий в рамках инновационной стратегии предприятия путем применения креативных технологий, схему реализации данной модели на практике.

Ключевые слова: креативные технологии, легкая промышленность, потенциал, стратегия развития предприятия, инновационное развитие, эффективность, оптимизация, управление расходами.

Annotation. Description of creative technologies potential is given in the article, and also problems of it's effective using in forming and realization of innovative development strategy of light industry enterprises of Ukraine. The ground of creative potential is carried out and methodical recommendations are given in relation to it's increase through optimization of cost factors, optimization by the use of creative technologies of values chain, optimization of the strategic positioning. The model of control system optimization by the charges of the investigated enterprises is presented, within the framework of innovative strategy of enterprise by application of creative technologies, and chart of realization of this model in practice.

Key words: creative technologies, light industry, potential, strategy of development of enterprise, innovative development, efficiency, optimization, management charges.

Проблема та її зв'язок з науковими та практичними завданнями

За цих умов увагу дослідників слід звернути на потенціал креативних технологій, а також проблеми його підвищення та ефективного використання при формуванні та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України, що має стати фактором підвищення ефективності реалізації завдань інноваційного розвитку підприємств. Зазначені аспекти, поряд з необхідністю характеристики ролі креативних технологій в стимулюванні розвитку підприємств, визначає актуальність проблематики наукового дослідження даної статті.

Аналіз досліджень і публікацій

Сутність креативності та підходи до її застосування в практичній діяльності підприємств викладені в роботах Т. Амабіля, Ф. Герцберга, Т. Ділона, Н. Кеннера, М. Маккобі, Д. Мак-Клеланда та ін. Приділяли увагу дослідженню цього питання й вітчизняні фахівці, зокрема слід виділити роботи Антонішиної В.Л., Єрмоли А. М., Зінкевича Д. К., Денисенка М.П., Каленіченко Ю. Б., Князя С., Мергут О. О., Савіцької Н.В., Шапошникова К.С. Підходи до застосування креативних технологій на стратегічному рівні управління широко представлені в роботах закордонних науковців (Е. Андерсена, Дж. С. Меткалфа, Р. Нельсона, П. Стонемана та ін.). Значної уваги вказаній проблематиці приділено і в роботах вітчизняних вчених, зокрема А.М.

Єрмоли, Н.В. Савіцької, С. Князя, Д. Зінкевича, В.І. Бокія, К.С. Шапошникова.

В роботах перелічених авторів креативність визначається передусім як потенціал людини, який вона застосовує для створення нового, інноваційного, більш ефективного. Тому досить часто поряд використовуються поняття "креативність" та "інноваційність", проте між ними є й сутнісна відмінність, яку слід враховувати.

Зокрема, в роботах М.П. Денисенка досліджуються близькі до проблематики даної дисертаційної роботи питання розвитку інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості, в тому числі – шляхом поширення практики креативного менеджменту. В той же час, залишається недостатньо дослідженим питання обґрунтування застосування креативних технологій в стратегічному управлінні підприємствами. Недостатньо чітко досліджені причини і наслідки ухвалення управлінських рішень, сформованих на основі креативної діяльності. При цьому більшість наукових праць, в тому числі з креативного менеджменту, присвячені розкриттю сутності креативності з точки зору психології. Управлінський та економічний аспекти креативності на сьогодні досліджені фрагментарно, тому керівники підприємств не володіють методичним інструментарієм управління креативним потенціалом [13, с. 302-303].

Слід відзначити суттєвий внесок перелічених науковців у дослідження проблем формування, впровадження, розвитку креативних технологій в стратегічному управлінні підприємствами. Натомість, існує істотна потреба обґрунтування порядку формування та реалізації креативних технологій як способу ефективної реалізації стратегічних ініціатив розвитку сучасного підприємства, інструменту підвищення результативності втілених стратегічних управлінських рішень. Саме це спонукає до проведення в даній статті додаткових досліджень стосовно обґрунтування порядку формування та реалізації креативних технологій, орієнтованого на найбільш ефективне

втілення стратегічних ініціатив розвитку підприємств (на прикладі підприємств легкої промисловості України).

Метою даної статті є характеристика потенціалу креативних технологій, а також проблем його підвищення та ефективного використання при формуванні та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України.

Викладення матеріалу та результати

Значна частина вітчизняних дослідників ототожнює креативність із творчістю, що на нашу думку не може вважатися вірним. Підтверджуючи це І.А. Маркіна та Л.М. Шимановська-Діанич [9] розмежовують ці категорії наступним чином: творчість є *процесом*, в результаті якого створюється нове, а креативність являє собою *потенціал* людини який вона застосовує для створення нового [9, с. 294].

У свою чергу, потенціал являє собою суму засобів, знань та можливостей конкретних працівників, виробничих підсистем підприємства або підприємства загалом.

Креативний потенціал є одним з видів ресурсного потенціалу підприємства, і управління креативним потенціалом є конкретною функцією менеджменту, яка реалізується через загальні функції (планування, організація, мотивування, контролювання і регулювання). Отже, для забезпечення розширеного відтворення креативного потенціалу, тобто для досягнення його приросту, креативний менеджмент має розпочинатись ще під час створення підприємства. У цьому сенсі, важливим для дослідження ролі та місця застосування креативних технологій в формуванні та реалізації стратегії розвитку підприємства є характеристика тієї поточної ситуації з використанням креативних технологій, що склалась у системі стратегічного управління вітчизняних підприємств легкої промисловості та формування на цій основі дієвих методів креативного менеджменту.

Для забезпечення розширеного відтворення креативного потенціалу,

тобто для досягнення його приросту управління ним має розпочинатись ще під час створення підприємства. Управлінський та економічний аспекти креативності на сьогодні досліджені фрагментарно, тому керівники підприємств легкої промисловості не володіють методичним інструментарієм управління креативним потенціалом.

Відповідно підприємства легкої промисловості України мають потребу в інформаційній системі, яка виконувала б функції збору, накопичення, збереження, переробки й аналізу інформації про процеси, що відбуваються на ринку, про дії суб'єктів ринкової діяльності (у сфері виробництва, фінансово – кредитній сфері, сфері послуг, науковій сфері та ін.), що регулюють вплив держави, стан економічної, політичної, правової, екологічної, соціальної, технологічної, демографічної й інших складових середовища господарювання. Крім того, необхідно володіти інформацією, що характеризує безпосередньо сам господарюючий суб'єкт: його організаційний, виробничий, кадровий, технологічний, інвестиційний та інноваційний потенціал; стан і потенціал збутової мережі; організацію системи товароруху; відносини з економічними контрагентами; фінансовий стан; конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому й ін.

Підходи до формування креативного потенціалу базуються на певному баченні проблеми та шляхів її вирішення та визначають стратегію дії по втіленню на практиці креативних рішень з підвищення ефективності застосування креативних технологій. Специфічними властивостям креативного рішення, дії, продукту і особистості є їх креативний потенціал, оригінальність, адекватність меті і завданню, оптимальний спосіб або форма, що відповідають місцю і часу креативних дій [3].

В свою чергу креативні дії і їх продукти в легкій промисловості можуть бути безмежно різноманітними: нові види праці, нові лінії одягу, взуття, нові технології виробництва, роботи з матеріалами, нові види тканин, нові види устаткування, оригінальні управлінські рішення тощо. Саме у креативності

мислення, дій і їх продуктах втілюється творча суть людської життєдіяльності, у тому числі і у сфері управління.

Стимулом до реалізації креативного потенціалу легкої промисловості України як сучасного промислового комплексу є те, що даний комплекс має надзвичайно високу орієнтацію на кінцевого споживача, що постійно потребує від керівництва та співробітників підприємств легкої промисловості нових ідей, рішень, змін у асортиментній та маркетинговій політиці [12]. Проте існує ряд проблем, які наведено вище, і які ще будуть аналізуватись, деталізуватись, узагальнюватись далі в роботі, що перешкоджають не лише розвитку, але й самому існуванню, виживанню вітчизняної легкої промисловості в ринкових умовах, що характеризуються суттєвим конкурентним тиском з боку іноземних виробників [6].

Можливості використання креативного потенціалу на підприємствах легкої промисловості залежать як від ефективного стимулювання команди, так і від планування робіт проекту [17; 18] що забезпечить спрямування креативного потенціалу у зони найбільших потенційних ризиків [4; 7]. У [1, с. 98-105; 2] підкреслюється , що можливості виявлення та збільшення креативного потенціалу знаходиться у прямій залежності від лідерських якостей менеджерів

Одним з невирішених завдань ефективного формування і розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств легкої промисловості є недостатньо результативне управління залученням до цього процесу інтелектуального потенціалу творчо-активних фахівців, від чого залежить як динаміка економічного зростання, так і підвищення комерційної стійкості фірм в сучасному ринковому середовищі [5, с. 65-69, 11, 15]. Як показують результати сучасних досліджень, впровадження інновацій на 85-90% залежить від рівня креативності виконавців [16]. Отже, креативний менеджмент є дієвим чинником, що забезпечує систему стратегічного управління креативними ідеями, рішеннями та створює середовище певних варіантів розвитку підприємства.

Важливим в цьому сенсі є вибір з-поміж цих варіантів найбільш ефективного. Пропонується вказаний вибір орієнтувати на ті креативні рішення, втілення яких в практику сприятиме підвищенню інноваційної активності підприємства, в свою чергу орієнтованої на забезпечення конкурентоспроможності його продукції.

Проблемними моментами забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної легкої промисловості, що відображають специфіку використання креативних технологій у формуванні та реалізації стратегії розвитку підприємств даного промислового комплексу України, як показує дослідження діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості, є [8; 10]: впровадження інноваційних технологій; більш активна участь у пошуку нових продуктів; екологічна політика; впровадження інформаційних та комунікаційних технологій; створення відносин співпраці "від сировини до продажу роздрібна готової продукції"; використання прав інтелектуальної власності; забезпечення умов для освіти / навчання співробітників; технологій і модернізації виробничих процесів; забезпечення захисту прав споживачів, навколишнього середовища і здоров'я – для всіх постачальників товарів на ринку; забезпечення через законодавство і державну політику банків доступу до фінансових ресурсів (капіталу та інвестиційних позик) на пільгових умовах.

Для вирішення перелічених вище проблем та успішної реалізації креативних технологій на підприємствах легкої промисловості, на думку автора роботи, слід створювати такий креативно-інноваційний клімат, який би характеризувався: високою ініціативністю персоналу до участі у вирішенні проблем підприємства; ефективним мотиваційним механізмом формування креативних рішень кожним працівником. Необхідним є створення такого механізму, щоб усі учасники інноваційних змін впевнились у вигідності креативної діяльності не лише для підприємства, але й для кожного працівника зокрема, підвищення доходів якого залежить від ефективності

діяльності підприємства, від розширення його ринкових можливостей за допомогою впровадження інновацій. Тобто система стимулів креативної діяльності на підприємстві повинна містити як поточне стимулювання кожного працівника, так і стимулювання за результатами роботи усієї організації. Також система стимулювання повинна обов'язково включати заохочення розвитку творчих здібностей працівників, генерування креативних ідей, що є передумовою створення інновацій.

Дослідження діяльності підприємств легкої промисловості показав, що до умов розвитку системи креативного менеджменту на цих підприємствах належать: відсутність адміністративного тиску на працівників, залучених до генерації, розвитку та реалізації креативних ідей; гарантування безпеки, соціального захисту та гідних умов праці (в тому числі – матеріальне стимулювання) цих працівників, а також безпеки та соціального захисту членів їх сімей; відсутність загроз звільнення або пониження посади працівників, залучених до висунення і розвитку креативних ідей, в разі неприйнятності запропонованих ідей; можливість самостійного вибору форми збору, обробки і подання інформації під час формування креативних рішень; наявність доступу до конфіденційної інформації та інформації з обмеженим доступом для створення та втілення креативних рішень.

Вважаємо за необхідне охарактеризувати сутність та зміст управління розробкою та застосуванням креативних технологій на підприємстві, що зводиться до виділення в процесі управління трьох головних компонент (рис. 1, розроблено автором): формування – використання – розвиток креативного потенціалу підприємства легкої промисловості.

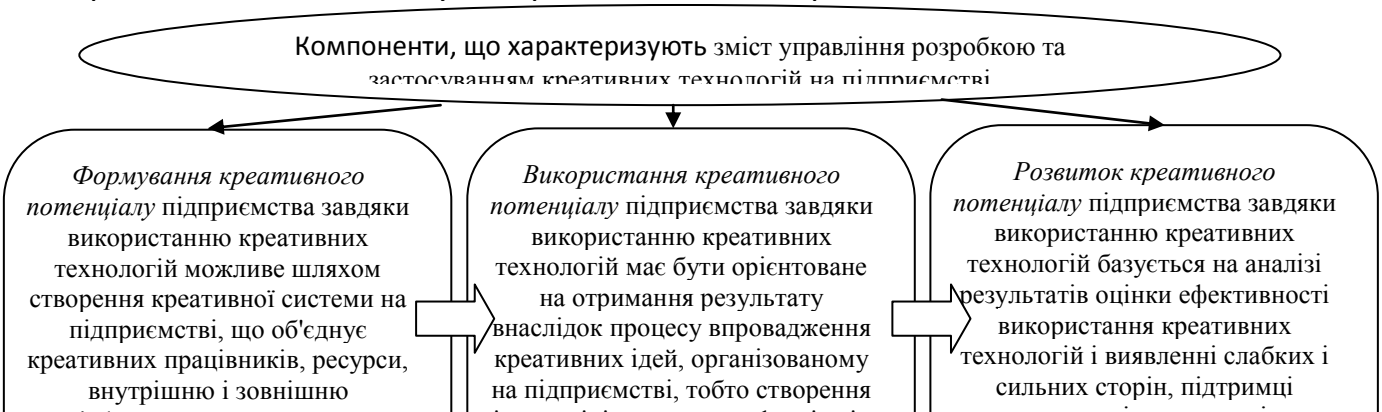


Рис. 1. Компоненти, що характеризують зміст процесу управління формуванням креативного потенціалу на підприємстві легкої промисловості

У процесі взаємодії між складовими частинами потенціалу креативних технологій можна виділити прямий і зворотній зв'язок. Прямий зв'язок визначає залежність потенціалу креативних технологій в управлінні від розвитку матеріального виробництва і характеризується: залежністю вибору основних напрямків формування управлінських рішень, що здійснюються шляхом застосування креативних технологій, від рівня і потреб матеріального виробництва; величиною основних фондів, яку суспільство може виділити в даний момент в сферу науки; кількістю працівників, зокрема – управлінців, які можуть бути залучені до креативної діяльності з розробки управлінських рішень.

Зворотний зв'язок показує залежність матеріального виробництва від величини потенціалу креативних технологій в управлінні і характеризується: впливом досліджень і креативних розробок на предмети праці та процеси управління на підприємстві; створенням на основі креативних розробок в сфері управління розробок нових методів та підходів до управління підприємством; зміною місця людини в процесі виробництва та управління.

Для вирішення проблеми забезпечення розвитку підприємств легкої промисловості України на інноваційній основі нами пропонується підхід відносно формування креативного потенціалу як основного елементу системи управління стратегічним потенціалом. Система управління має

визначати потенційні можливості, які формуються для реалізації як загальною, так і інших стратегій, а не слідувати за цими можливостями, тому вона має бути креативною за своєю суттю і сприяти розвитку: цільового ринку; маркетингових, товарних, цінових каналів збуту; попиту; соціальних, екологічних, структурних перетворень; фінансових можливостей тощо. При цьому слід враховувати можливості розширення потенціалу підприємств за рахунок створення нових організаційних формувань кооперативного, асоціативного, корпоративного спрямування.

Список використаної літератури

1. Бузмаков В. Особенности проекта по развитию информационной системы управления (ИСУ) предприятия / В. Бузмаков // Управленческий консультант. – К. : БУК, 2005. – С 98-105.
2. Бушуев С. Д Динамическое лидерство в управлении проектами : Монография / С. Д. Бушуев, В. В. Морозов. – 2-е изд. – К. : Украинская ассоциация управления проектами, 2000. – 312 с.
3. Бушуев С. Д. Креативные технологии в управлении проектами и программами / С. Д. Бушуев, Н. С. Бушуева, И. А Бабаев и др. – К. : Саммит книга, 2010, –768с.
4. ДеМарко Т., Листер Т. Вальсируя с Медведями: управление рисками в проектах по разработке программного обеспечения / Т. ДеМарко, Т. Листер. – СПб. : Компания р. m. Office. – 2005. –196 с.
5. Журавльова І. В. Факторний аналіз цілісності людського капіталу підприємства. Управління в умовах ринкової трансформації економіки України (теорія і практика) / І. В. Журавльова, А. В. Кудлай, Н. С. Панасенко. – Харків : ХІБМ, 2002. – 352 с.
6. Касьян З. Е. Аналіз та формування складових інноваційної активності підприємств легкої промисловості / З. Е. Касьян // Вісник КНУТД. - 2012. - №2. - С.168-172

7. Леффингуэлл Д. Принципы работы с требованиями к программному обеспечению. Унифицированный подход. Пер. с англ. / Д. Леффингуэлл, Д. Уидриг – М : Вильямс, 2002. – 448 с.

8. Литвин І. В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту / І. В. Литвин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. − Вип . 21.7. – С. 360-364.

9. Маркина И. А. Научные подходы к определению понятий «креативность» и «креативный потенциал» / И. А. Маркина, Л. М. Шимановская-Дианич // Ежеквартальный научно-практический журнал Академии экономических наук Украины «Экономика Крыма». – 2011. – № 1 (34). – С. 289-295.

10. Молоканова В. М. Проблеми реалізації інноваційних проектів в умовах діючого підприємства / В. М. Молоканова // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр. – 2006. – №3(19). – С. 23-27.

11. Пономаренко В. С. Управління трудовим потенціалом / В. С. Пономаренко – Харків : Видавництво ХНЕУ, 2006. –348с.

12. Про схвалення Концепції Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року // Розпорядження Кабінету Міністрів України № 673-р від 27.12.2006 р.

13. Савіцька Н. В. Сутність креативного потенціалу підприємства / Н. В. Савіцька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 301-308.

14. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія / І. В. Смолін. – К. : КНТЕУ, 2004. – 344 с.

15. Щекин Г. В. Основы кадрового менеджмента / Г. В. Щекин. К. : МАУП, 2005. – 250с.

16. Яковенко В. Б. Введение в инновационные технологии / В. Б. Яковенко. – К.: Изд. Европ. ун-та фин., информ. систем, менеджмента и бизнеса, 1999. – 67 с.

17. Deming N. Out of the Crisis.Massachusestts Institute of the Tehnology, Center for Advanced Engineering Study.1988. – 412p.

18. Yourdon E., "Death March", The Complete Software Developer's Guide to Surviving "Mission Impossible" Projects, Prentice Hall, 1997. -352p.