

джерелом нових ідей та інновацій, що своєю чергою призводить до розвитку та конкурентоспроможності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ареф'єва О.В., Ковальчук А.М., Павленко Б.О. Інноваційне управління ресурсозабезпеченням та економічною безпекою підприємства в умовах конкурентного середовища. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2021. Випуск 8(86). С. 32–38.

2. Ареф'єва О.В., Копча Ю.Ю. Науковий підхід щодо гармонізації управління потенціалом економічної безпеки машинобудівних підприємств. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2019. №4 (68). С. 110-120.

3. Прохорова В.В. Мушнікова С. А. Коеволюційна основа управління економічною безпекою підприємств. *Науковий журнал «Бізнес-інформ»* №12, 2020, С.440-445.

**Каламан О. Б.**

*д.е.н., доцент, професор кафедри*

*Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса, Україна*

### **КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ**

Ґрунтуючись на дослідженнях, проведених у різних країнах світу, ми розуміємо, що сучасне трактування організаційної ефективності обмежене історичними припущеннями та моделями. В останні десятиліття спостерігалися різні спроби продемонструвати кризу, що закликала до переосмислення організаційної теорії. Різні критичні голоси щодо кризи організаційної теорії включають посилання на відсутність «певної моделі гуманізації», необхідної для пояснення її соціологічних та контекстуальних елементів [1]. Хоча є й ті, хто зберігає основні елементи організаційної теорії, що ґрунтуються насамперед на вимірюваних і структурних елементах [2], дебати тривають, а дослідження пристосовуються до суперечливих систем переконань або парадигм [3].

Креативність була запропонована як концепція з потенціалом у цій дискусії. Зокрема, рух прискорили консультанти з управління, які обґрунтували необхідність творчого руйнування, посиляючись на радикального економіста Шумпетера [4]. Підтримку імперативу креативності для організаційного успіху можна знайти в інноваційній школі письменників, таких як Кантер [5]. Критичні теоретики, навпаки, ставлять під сумнів домінуючу теорію менеджменту, залишаючись підозрілими до поняття креативності як до риторики «модних слів» і

«модних тенденцій» [6]. Досліджуючи креативність у бізнес-школах припускають, що основні модулі сучасного ступеня МВА приховують креативність, яка є своєрідним «сплячим» елементом прийняття рішень, стратегії, маркетингу, інновацій, лідерства та управління змінами, і яка здебільшого є непотрібною для бізнес-ступеня, що ґрунтується, в основному, на неокласичній економіці. Огляд внеску в управління креативністю та інноваціями привів до висновку, що ще багато чого належить зробити для дослідження взаємозв'язків між інноваціями, креативністю та управлінням знаннями [7].

Таким чином доцільним є розгляд практик, пов'язаних з так званими креативними організаціями по всьому світу, приділяючи особливу увагу європейським матеріалам і прагнучи порівняти їх з широко представленими американськими компаніями та теоретичними дослідженнями. Загалом, можна зробити висновок, що креативність ще не набула визнання як релевантна для організаційного теоретизування. Це означає, що дослідження креативності та менеджменту залишаються сферами, які не вдалося гармонізувати для взаємної вигоди. Значні труднощі виникли при вивченні літературних джерел, коли такі терміни, як креативність і креативний менеджмент, залишалися невизначеними. Щоб прийти до спільного розуміння, пропонується набір ознак, з яких вводиться попереднє визначення креативності та креативного менеджменту. Вони залишаються відкритими для подальших дебатів та реформування [8].

Творчість - це конструкт, який викликав багато визначень. Деякі дослідники припускають, що множинність визначень є наслідком браку розуміння якогось ідентифікованого та універсального конструкту. Розглянемо зміст як питання змістотворення, відкрите для перегляду, що впливає з досліджень і уточнень через практичний досвід і концептуальні пропозиції в рамках спільноти практиків і теоретиків. Його життєздатність, зрештою, залежить від того, чи визнають його ті, хто займається управлінням, розумінням і реконцептуалізацією організацій. Доцільно запропонувати визначення креативності як процесу, за допомогою якого окремі особи та групи людей приходять до ідей, які є новими та цінними для цих осіб, груп та інших членів їхніх ширших практичних спільнот. Креативний менеджмент - це наука і практика управління, що спирається на теорії творчих процесів, їх застосування на індивідуальному, груповому, організаційному та культурному рівнях.

Термін «креативний менеджмент» використовується у формальному сенсі для позначення п'ятого етапу в практиці менеджменту, що виник на основі історичних теорій і практик менеджменту попередніх етапів. Також цей термін використовується в менш формальному сенсі для позначення стилю управління, який буде асоціюватися з новою п'ятою стадією менеджменту. Подібна концепція була введена і привернула увагу до дискусій в Інтернеті. Цей термін визнає

походження креативного менеджменту як відхід від фордистської філософії та індустріальних методів початку 20 ст. в бік більш творчої та гуманістичної культури. Він передбачає поєднання західних і східних методів для впровадження в організації філософії гармонії та поваги - до навколишнього середовища, клієнтів і співробітників. Креативний менеджмент з'являється в даний час і пропонує фокус для відродження теорії і практики менеджменту. Наслідування і прийняття через взаємодію практик, пов'язаних з успішними компаніями, прискорить перехід до з'ясування його значення для управлінських досліджень (і значення управлінських досліджень для креативності).

#### **Список використаних джерел:**

1. Smelser S. J. Sociological Theories. International Social Science Journal. 1994. № 139. С. 1-14.
2. Donaldson L. In Successful Defense of Contingency Theory: A Routing of the Critics. Organization Studies. 1988. № 9. С. 28-32.
3. Kalaman O., Dyshkantiuk O., Vlasiuk K. Modern communication management paradigm in the hospitality industry enterprises. Економіка та суспільство. 2022. № 46. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-46-74.
4. Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development. Harvard University Press. 1934. Cambridge, MA.
5. Kanter R. M. The Change Masters: Corporate Entrepreneurs at Work. 1985. Counterpoint (Unwin) Paperbacks. London.
6. Collins D. Management Fads and Buzzwords: Critical-Practical Perspectives. Routledge. London. 2000.
7. Brandenburger A. M., Nalebuff B. J. The Right Game: Use Game Theory to Shape Strategy. Harvard Business Review. Jul-Aug. 1995. С. 57-71.
8. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Феномен лідерства як механізм управління організаційною поведінкою. Економічний простір. 2021. № 175. С. 65-68.

**Калинюк В. Є., аспірант,**  
*кафедри економіки повітряного транспорту,*  
*Національний авіаційний університет*

#### **ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ**

Для майбутнього розвитку одинпідприємець робить наголос на незалежні інновації, а інший - на розвиток талантів. Тому незалежні інновації та талант - це основний дух майбутнього розвитку нашої країни. Розвиток інновацій неминуче принесе нові виклики для управління людськими ресурсами. Трансформація