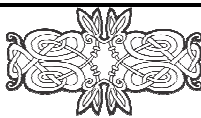


ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ



ECONOMIC THEORY

УДК 330.88

JEL Classification A120

**Літовченко Богдан**

к.е.н, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності  
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпропетровськ, Україна  
E-mail: b\_litovchenko@mail.ru

## КРЕАТИВНА ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: ВИКЛИК ЧАСУ ЧИ ІЛЛЮЗІЯ

**Litovchenko Bogdan**

Cand. Sci. (Ekon), Associated Professor, Department of International Management  
University of the Customs and Finance, Dnipropetrovsk, Ukraine  
E-mail: b\_litovchenko@mail.ru

## THE CREATIVE SCHOOL OF MANAGEMENT FOR CREATIVE ECONOMY: CHALLENGE OF THE TIME OR ILLUSION

### **Анотація**

**Актуальність.** Виникнення і розвиток креативної економіки у сучасному глобалізаційному соціумі формують якісно нові вимоги до теорії і практики сучасного менеджменту. Метою дослідження являється визначення основних принципів креативного менеджменту для сучасної організації. Для досягнення поставленої мети вирішуються завдання аналізу характеристик креативної організації, побудови креативної економіки, становлення креативного менеджменту як інструменту ефективності побудови нової соціально-економічної системи.

**Методи.** В процесі дослідження використані методи логічного узагальнення, поєднання аналізу і синтезу, просування від абстрактного до конкретного, узагальнення наукових досліджень вчених у галузях економіки та управління.

**Результати.** Розгляд органістичної природи управління на протизагу соціотехнічному підходу, який переважав в середині – кінці ХХ-го ст. Визначення основних принципів креативної школи менеджменту як подальшу еволюцію теорії і практики науки управління на основі гуманітарного підходу, застосування міждисциплінарних причинно-наслідкових зв'язків в аналізі природи управління..

**Перспективи.** Розвиток теорії і практики менеджменту у напрямі подальшого аналізу природи управління з огляду на зміну векторів розвитку глобальної економіки. Складність подальших досліджень полягає у побудові ефективного інструментарію для розвитку стратегічного бачення (на макрорівні) і розробки загально організаційної стратегії (на мікрорівні) на основі поєднання набутих досягнень у різноманітних сферах, вивчення соціально-економічних явищ сьогодення і майбутнього.

**Ключові слова:** креативна економіка, творчість, креативний клас, креативна школа менеджменту, принципи креативного менеджменту.

### **Abstract**

**Introduction. Purpose.** The emergence and development of the creative economy in contemporary global society form a qualitatively new requirements to the theory and practice of modern management. The purpose of the researching is the determination of creative management principles for modern organization. To achieve the purpose the next targets have be decided: the analysis of creative economy features, the building of creative economy, introducing of the creative management as an instrument of the effective socio-economy systembuilding.

**Methods.** In the process of researching were used logic synthesis, a combination of analysis and synthesis, move from the abstract to the concrete, synthesis of research scientists in the fields of economics and management.

**Results.** The consideration on the organistic nature of management instead of socio-technological views during up to the end of the XX century. The determination of main creative management school principles as a further evolution of the management theory and practice on the base of human approach, implementation of interdisciplinary reason-result relations while analyzing the nature of management.

**Discussion.** The development of the theory and practice of management in the conditions of new ways of the global economy needs to be beginning. The complexity of the further researches consists on the building .of effective instruments for development of strategic vision (on the macro-level) and creation of organization strategy (on the macro-level), based on the synergy of achievement in the different spheres of the socio-economic R&D.

**Keywords:** creative economy, creation, creative class, creative school of management, creative management principles.

### **Аннотация**

**Актуальность.** Возникновение и развитие креативной экономики в современном глобализационном социуме формируют качественно новые требования к теории и практики современного менеджмента. Целью исследования является определение основных принципов креативного менеджмента для современной организации. Для достижения поставленной цели решаются задания анализа характеристик креативной организации, построение креативной экономики, создание креативного менеджмента как инструмента эффективного построения новой социально-экономической системы.

**Методы.** В процессе исследования использованы методы логического обобщения, сочетание анализа и синтеза, продвижение от абстрактного к конкретному, обобщения научных исследований ученых в области экономики и управления.

**Результаты.** Взгляд на органистическую природу управления в противоположность социотехническому подходу, превуалирующего в середине – конце XX-го ст. Определение основных принципив креативной школы менеджмента как последовательную эволюцию теории и практики науки управления на основе гуманитарного подхода, применения междисциплинарных причинно-последственных связей в анализе сущности управления.

**Перспективы.** Развитие теории и практики менеджмента в направлении дальнейшего анализа природы управления, исходя из изменения векторов развития глобальной экономики. Сложность дальнейших исследований состоит в построении эффективного инструментария для развития стратегического видения (на макроуровне) и разработке общеорганизационной стратегии(на микроуровне) на основе синергии приобретенных достижений в различных сферах изучения социально-экономических современности и будущего.

**Ключевые слова:** креативная экономика, творчество, креативный класс, креативная школа менеджмента, принципы креативного менеджмента.

**Актуальність.** У світі все активніше розвивається нова концепція соціально-економічного розвитку, що висуває культурні ресурси і творчість на перший план сучасної постіндустріальної економіки. Цей інноваційний вектор, який набув широкого значення на початку XXI століття, із процесами глобалізації і новою та надною

економікою, і називають його творчою, або креативною економікою (creative economy).

У контексті розвитку креативної економіки вельми актуальним являється розгляд її імплементації, зокрема, інструментів менеджменту, які, на відміну від класичних підходів, були би адекватними вимогам сучасного соціуму.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У розвинутих країнах світу вже давно оцінили можливості креативної економіки для розвитку, як світової економіки в цілому так і окремих міст, територій та країн загалом. Для них вона набула актуальності ще з 2000 року, коли вперше журналом «BusinessWeek», було введено дане поняття у науковий обіг та стало тим засобом, що дозволяє вивести країну із затьяжної фінансової кризи, сформуванати позитивний імідж держави, та закріпити її лідируючі позиції у світі. Серед зарубіжних та вітчизняних науковців, які присвятили свої дослідження питанням розвитку креативної економіки варто виділити наступних: Дж. Хокінс, Ч. Лендрі, Р.Флоріда, Т.Флемінг, Дж. Поттс, П.Лінднер, М. Меттьюс, Дж. О'Конор, Е.Мельвіль, Е.Зеленцова, Л. Вистряков, Й. Клоудова, В. Козюк, Є. Савельєв, О. Сохацька, С. Юрій та ін.

Сучасні дослідники розглядають креативність як процес створення на базі знань нових практичних форм, а основою розвитку креативної економіки – принцип «трьох Т» економічного розвитку: “технології, таланту і толерантності”. Сьогодні креативність розглядається як визначальний фактор формування сучасної постіндустріальної цивілізації та необхідний атрибут успішного розвитку нової та наднової економік – відтіснивши традиційні фактори економічного розвитку економічних систем – добре налагоджену інфраструктуру, місце розташування, природні ресурси, на перший план виходять людські здібності, талант, мотивації та відношення до культури [1, с. 23; 2, с. 90].

Як свідчать сучасні дослідження, взаємодія культури, творчості, економіки та інноваційних технологій для створення інтелектуальної власності є перспективним джерелом доходу і нових робочих місць, а також сприяє соціальній взаємодії, міжкультурному діалогу, професійному та особистісному розвитку людей [3, с. 94].

**Мета.** Визначення основних принципів креативного менеджменту для сучасної організації в умовах розвитку креативної економіки. Для досягнення поставленої мети вирішуються завдання аналізу характеристик креативної організації, побудови креативної економіки, становлення креативного менеджменту як інструменту ефективності побудови нової соціально-економічної системи.

**Методи.** В процесі дослідження використані методи логічного узагальнення, поєднання аналізу і синтезу, просування від абстрактного до конкретного, узагальнення наукових досліджень вчених у галузях економіки та управління.

**Результати.** На відміну від термінів щодо індустріальної цивілізації, в кінці ХХ-го ст. виникли такі категорії, як глобалізація та постіндустріальна цивілізація, економіка знань, інформаційна економіка, нині ж мовиться про креативну економіку, що використовує досягнення економіки знань і ґрунтується на матеріалізації нових ідей і задумів. Креативна економіка – це економіка творчого сектора, до якого відносяться в основному процеси у сфері послуг, проте результати цієї діяльності можна виявити практично у всіх галузях економіки. Вона спирається на високу питому вагу креативного класу, який вважається генератором ідей і нових підходів як у сфері науково-дослідної діяльності,

так і в бізнесі, мистецтві, культурі або дизайні [3, с. 96].

Креативна економіка поєднує економічні, культурні та соціальні процеси, засновані на нових технологіях та інтелектуальній власності, що сприяє створенню творчого середовища та культурному взаємообміну між цивілізаціями, а також сучасному економічному зростанню та соціально-економічному розвитку, що призводить до розвитку людського потенціалу на основі знань та інноваційної діяльності та сприяє міжнародній інтеграції.

Вимоги креативної економіки до здібностей і компетенції людських ресурсів відрізняються від пропонованих до них вимог з боку виробництва. Процес виробництва не вимагає від людей спеціальних творчих здібностей, оскільки мова йде про виробництво великих серій однієї і тієї ж продукції. Креативний сектор, навпаки, працює з оригінальними, часом дотепними ідеями, творчим потенціалом людини, його продукція далеко не серійна, часто мова йде про єдиний у своєму роді екземпляр.

Усе це формує інші вимоги до якості трудових ресурсів. Від працівників креативного сектора потрібна здатність до творчого мислення, генерації нових ідей, оригінальних рішень, освоєння нових технологій. Тому однією з основних вимог є високий рівень професійної підготовки, яка відіграє важливу роль у формуванні креативної економіки. Йдеться насамперед про розвиток індивідуальних творчих здібностей людини. Системи навчання, які змушують просто зубрити матеріал, втрачають сенс.

Наступним важливим фактором, що сприяє підвищенню частки креативного сектору, є наявність творчого простору, його відкритість, що дозволяє творчим особистостям генерувати нові ідеї. Необхідно, щоб творче середовище було толерантним, здатним прийняти кожного незалежно від його поглядів, культурних цінностей, віросповідання, підходів до вирішення проблем.

Розвиток креативної економіки заснований на новому феномені – на необмежених ресурсах економічного зростання, на здатності людини до творчості. Оволодіння цими ресурсами може призвести до широкомасштабних змін, причому не тільки в економічній теорії, що ґрунтується на законі обмеженості ресурсів і факторів виробництва [3, с. 92-93].

У таких умовах дуже потрібне стратегічне і оперативне реагування менеджменту організацій на зміни, що відбуваються у сучасному турбулентному середовищі. Праця стає ще більш творчою, а динамічність організаційного доквілля знижує можливість втручатися в дії кожного працівника.

Тому теорія і практика сучасного управління опинилися перед проблемами, які не досліджувалися класичними школами менеджменту, і слід вести мову про необхідність започаткування нового етапу у розвитку науки менеджменту, а саме – креативної школи менеджменту, яка (можливо) буде побудована на таких принципах, частково окреслених національними і європейськими дослідниками<sup>1</sup>:

- *холізм*, який об'єднує управління у всеохоплюючу організаційну функцію, коли

<sup>1</sup> Витоки креативного менеджменту можна віднайти ще у поглядах Аристотеля, який вважав, що методом пізнання і прийняття рішень не може бути містицизм, а реальність пізнається через почуття й аналіз причин явищ [4; с. 37-38]. Дослідження природи креативної організації згадуються у принципах продуктивності одного з класиків школи наукового менеджменту Г. Емерсона [5; с. 73-74]. Сучасні дослідження креативного менеджменту концентруються загалом навколо ідеї дрімкетінгу (від англ. *dream+marketing*) "гуру" сучасної управлінської науки Т. Пітерса [6; сс. 126 - 131].

кожен з працівників, який стикається у своїй роботі з людьми, являється менеджером;

- *синергія*, як вміння об'єднати виробничу, технологічну, економічну і управлінську ефективність;

- *проактивність*, яка викликає не лише реакцію на проблеми і ситуації, що створюються середовищем, а й моделювання і реалізацію слухних для організації змін середовища;

- *глокальність* (від англ. *global+local*) – “думати глобально, діяти локально” – зосередження власних зусиль на досягненні загально організаційних;

- *унісокулізація* (від англ. *universal+social+cultural*) – міждисциплінарний підхід до аналізу культури середовища і реалізації управлінських рішень на основі багатогалузевих знань екології людини;

- *гуманттизація* (від англ. *humanbeing+management*) як всеохоплюючий організаційний вплив (зокрема, багатонаціональних корпорацій і міжнародних організацій) на формування бажаних для себе середовища і поведінку людини – від визначення мрій до встановлення меж створення, поширення і розподілу знань;

- *мантінг* (від англ. *managementbyteaching*) – вихід організаційної культури за межі внутрішнього середовища і включення контактної аудиторії до внутрішнього середовища організації;

- *морелітація* (від англ. *moral+responsibility+ability*) – здатність і готовність до прийняття моральної відповідальності за прийняті рішення перед внутрішнім і зовнішнім середовищем;

- *пожертва*, на відміну від класичних поглядів на людину в організації, зміна вектору від досягнення власних цілей за рахунок організації на підпорядкованість власних цілей організаційним;

- *інтуїтивність*, за якої рішення приймаються не на основі соціо-технічного аналізу, а ґрунтуються на сплаві знань, логіки і досвіду;

- *творчість*, а саме вихід за межі вузькоспеціалізованого підходу до виконання організаційних функцій;

- *фасилітація*, тобто створення і управління самостійними командами професіоналів, здатних вирішувати будь-яку поставлену задачу, без втручання у їх операційну діяльність [3; 7; 8; 9].

**Висновки і перспективи.** Розвиток теорії і практики менеджменту у напрямі подальшого аналізу природи управління з огляду на зміну векторів розвитку глобальної економіки стоять перед викликами світового гуманітарного соціуму. Комплексність і складність подальших досліджень полягає у побудові ефективного інструментарію для розвитку стратегічного бачення (на макрорівні) і розробки загально організаційної стратегії (на мікрорівні) на основі поєднання набутих досягнень у різноманітних сферах вивчення соціально-економічних явищ сьогодення і майбутнього.

Наведені викладки про започаткування креативної школи менеджменту носять вельми дискусійний характер – адже вони не вписуються у загальні постулати управління науки як галузі. Проте, з огляду на те, що після кількісної школи у 50-х рр. ХХ-го ст., як завершального етапу наукового управління, появи концепцій ситуаційного і системного менеджменту пройшло понад 40 років, варто замислитися над новими

феноменами у теорії і практиці управління.

Менеджмент початку ХХІ-го ст. стоїть перед викликами глобалізації і новою якістю людського професіоналізму і творчості. Питання про те, чи здатен ортодоксальний менеджмент вижити у сучасному природному стані і розвитку глобального середовища все ще залишається відкритим для сучасних дослідників.

#### Список використаних джерел

1. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее.[Текст] / Флорида Р. – М.: Издательский дом «Классика ХХІ», 2007. – 432 с.
2. Линднер, П. Креативные индустрии: от теоретических моделей к реальным проектам. [Электронный ресурс] / Линднер П. – Режим доступа: <http://www.hse.ru>
3. Куриляк В.Є. Креативна економіка як нова парадигма постіндустріальної цивілізації [Текст] / Куриляк В.Є., Живко М.А., Літовченко Б.В. // Вісник Академії митної служби України. Серія “Економіка” – 2013. – № 2 (50). – С. 92 – 98.
4. Кредісов А.І. Менеджмент в історичному розвитку як теорія [Текст] / А.І.Кредісов. – К.: Знання України, 2009. – 515 с.
5. Наука управляти: з історії менеджменту. Хрестоматія [Текст]: Навч. посібник / Упоряд. І.О. Слепцов; Пер. з рос. Л.І. Козій, М.І. Матрохіна, П.Л. Пироженко. – К.: Либідь, 1993. – 304 с.
6. Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений [Текст] / Т.Питерс. – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 352 с.
7. Кредісов А.І. Стратегічний менеджмент на початку ХХІ ст.: зміна парадигми. [Текст] / Кредісов А.І., Літовченко Б.В. // Економіка України. – 2011. – № 2 (591). – С. 28–37.
8. Литовченко Б. Стратегический менеджмент [Текст] / Литовченко Б., Толс М. – Кишинев: EUBAB, 2013. – 116 с.
9. Litovchenko B. Development of the Theory and Practice of Management: Metaphysics vs Physics [Text] / Litovchenko B. // Journal of European Economy. – 2012. – Vol. 11 (№ 4). – December. – P. 381-401.

#### References

1. Florida, R. (2007). Kreativniy klas: lydi, kotorie menjayt buduschie [Creative class: people, who change the future]. Moscow: Klassika XXI, 432.
2. Lindner, P. Kreativnie industrii: ot teoreticheskikh modeley k realnim proektam [Creative industries: from theoretical models to real projects]. Available at: <http://www.hse.ru>.
3. Kuriljak V.E., Zhivko M.A., Litovchenko B.V. (2013). Kreativna ekonomika jak nova paradigma postindustrialnoi civilizacii [The creative economy as a new paradigm of postindustrial civilization]. The Bulletin of the Customs Academy of Ukraine. Series: “Economics”, 2 (50), 92-98.
4. Kredisov A. I. (2009). Menedjment v istorichnomu rozvitru jak teorija [Management in the history devtliopment as the theory]. Kyiv: Znannja Ukraini, 515.
5. Slepcev I. O. Ed. (1993). Nauka upravljani: z istorii menedjementu [The history of the science of management]. Kyiv: Lybid, 304.
6. Piters T. (2005). Predstavte sebe! Prevoshodatvo v biznese v epohu razrushenij [Imagine yourself! The advantage of business in the destruction epoch]. Stokgolmskaja schola ekonomiki d Sankt-peterburge, 352.
7. Kredisov A. I., Litovchenko B.V. (2011). Strategicheskij menedgment na pochatku ХХІ-go st.: zmina paradigmi [The strategic management on the ХХІ century beginning: the change of paradigm]. The Economy of Ukraine, 2 (591), 28-37.
8. Litovchenko B., Tols M. (2012). Strategicheskij menedjment [The strategic management]. Kishinev: EUBAB, 116.
9. Litovchenko B. (2012). Development of the Theory and Practice of Management: Metaphysics vs Physics. Journal of European Economy, 11 (4), December, 381-401.