

Довгостроковою перспективою даної наукової статті є проведення порівняльного аналізу країн за галузевим критерієм, з метою виявлення мінімального та максимального ризику для потенційних інвесторів.

Список використаної літератури

1. Foreign Direct Investment (FDI) Statistics – OECD Data, Analysis and Forecasts. .- [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.oecd.org/corporate/mne/statistics.htm>
2. GeoMeans in a Nutshell - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.geomeans.com/about-us/geomeans-in-a-nutshell/>

Гуменна О.В.

Національний університет «Києво-Могилянська академія»,
декан факультету економічних наук, к.е.н., доцент

УПРАВЛІННЯ РОЗРОБКОЮ КРЕАТИВНИХ РІШЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасні організації, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати і впроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність в сучасній економіці. В свою чергу інноваціям часто передує генерація нових ідей і пошук нових рішень.

Зазначена проблематика є надзвичайно актуальною для України, адже сьогодні багато фахівців вважають, що економіка усіх країн у своєму розвитку проходить шість стадій (епох), які визначаються головними галузями, ресурсами і товарами, що характеризують економічне зростання. Такими стадіями є:

- доіндустріальна (головну роль відіграло сільське господарство);
- індустріальна (головна роль належала промисловості);
- постіндустріальна (на перше місце виходить сфера послуг);
- інформаційна економіка (економічний розвиток забезпечується насамперед інформаційними системами та технологіями);
- економіка знань (головну роль в економіці починають відігравати нематеріальні активи та інтелектуальна власність);
- креативне чи інноваційне суспільство (головну роль у розвитку суспільства відіграють нові ідеї та інновації) [1].

Головна суть креативної економіки – у здатності провести певну лінію, яка поєднає технології, інженерію, науку, освіту, культуру, ідентичність, спадщину, суспільні проблеми. Креативна економіка передбачає домінування у світі не власників природних чи інших ресурсів – настав час тих, хто продає ідеї та рішення; і далі йде розвиток у бік, де раціональність поступається місцем новому, ще не зрозумілому до кінця досвіду.

Мета даного дослідження – проаналізувати сучасні підходи до управління розробкою креативних рішень і сформулювати рекомендації керівникам підприємств щодо підвищення ефективності формування креативних рішень.

Креативність – це віднайдення нових напрямків розвитку, створення нових речей, нових процесів, нових шляхів. Найважливішим тут є зв'язок між креативністю та інноваціями, оскільки креативність передбачає продуктивне вирішення творчих завдань, а інновація – це реалізація (комерціалізація) найбільш життєздатних і конкурентоспроможних ідей. Проте завжди постає питання, як здійснити на практиці певний творчий задум. Адже в разі, якщо ідеї нових продуктів і сервісів не перенесені у практику, вони не потрапляють на ринок, не капіталізуються, не відбувається їхня актуалізація сприйняття різноманітних аудиторій. Ми маємо сотні творчих думок, але інновація – це практична креативність.

Цікавим є дослідження, представлене Фредеріком Хареном на Форумі «One Ukraine» (2015), щодо креативності людей в різних країнах світу. Опитування жителів цих країн за власною самооцінкою рівня креативності дало такі результати: Швеція – 60-70%; Іспанія, Греція – 80%; США – 95%; Північна Корея – 100%; Китай і Росія – 90%; Сінгапур – 20%; Японія – 20%; Південна Корея – 10-15%. З цього дослідження видно, що справді креативні країни не хизуються цим і не зупиняються на досягнутому.

В даний час креативність та впроваджені креативні рішення у розвинених країнах стають постійною практикою і основним джерелом конкурентної переваги. Розробка та прийняття креативних рішень в організації є частиною креативного менеджменту організації.

Термін «креативний менеджмент» в науковій літературі зараз має багато трактувань. Одним з найбільш вдалих, на нашу думку, є наступне визначення: креативний менеджмент – це сукупність сприятливих умов, що створюються керівниками підприємства для творчого розвитку трудового колективу й окремих працівників з метою акумулювання креативних ідей щодо вирішення виробничо-господарських проблем, подолання їх наслідків [2].

Відповідно, найважливішими цілями креативного менеджменту в організації є:

1. Генерування та акумулювання креативних ідей.
2. Доведення креативних ідей до рівня готового продукту або технології.
3. Стимулювання працівників підприємства до особистого і колективного творчого розвитку на користь організації.

Процес прийняття рішень, в тому числі креативних, базується на двох підходах – раціональному та інтуїтивному. З точки зору створення креативних ідей та прийняття креативних рішень доцільнішим є інтуїтивний підхід, який можна поділити його на два підвиди [3, с.137]:

- 1) раптове осяяння (інсайт) — погляд на об'єкт під абсолютно іншим кутом зору.
- 2) псевдоінтуїтивне — насправді воно «визріло» завдяки попередньому досвіду.

Приміром, якщо ідея наснитися, це означає цілодобову напружену інтелектуальну роботу мозку.

Важливим напрямком управління розробкою креативних рішень в організації є навчання та мотивування працівників.

Щодо навчання креативності, то сьогодні вже розроблено багато нових концепцій та методів і навіть з'явився термін «креативна освіта», яка передбачає, зокрема, розвиток здатності до імпровізації та перемогу над страхом до змін.

Розвиток креативності безпосередньо пов'язаний із життєвим досвідом, рівнем знань, способом життя особистості, з її міжособистісними взаєминами. Розширення кругозору – розуміння необхідності більше читати, подорожувати, спілкуватися з цікавими людьми – це великий крок у бік розвитку креативності мислення. Адже креативне рішення – це, по суті, результат сплетення різних знань. На цьому побудований латеральний підхід в менеджменті та маркетингу.

Проблеми мотивації і стимулювання ефективної креативної діяльності працівників організації вимагають творчого підходу від керівника, що полягає у розумному поєднанні матеріальних і моральних стимулів. При високому рівні менеджменту на підприємстві формується так звана «спіраль знань» — концепція підвищення і розширення знань, які застосовуються у різних сферах діяльності [3, с.148]. Сьогодні в організації одним з найважливіших завдань керівництва виступає забезпечення розвитку інноваційної культури, розуміння та пропагування важливості творчого ставлення до роботи, що дає змогу, з одного боку, отримати працівникові задоволення від роботи і задовольнити потреби у самовираженні, а з іншого – підвищити ефективність роботи організації загалом.

Використана література:

1. Божедарнік Т. Василик Н. Формування й розвиток креативного менеджменту на підприємстві // Економіст. – 2015. – №3 (березень). – С.37-39.

2. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління [Електронний ресурс] / О.І. Продіус // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 67-72. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>.
3. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посіб – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.

Жаліло Я.А.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
к.е.н, с.н.с., провідний науковий співробітник

ІНСТИТУЦІЙНА ПАСТКА «ОЛІГАРХІЧНОЇ ЕКОНОМІКИ» ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ В УКРАЇНІ

Тривала економічна нестабільність та загострення макроекономічних диспропорцій, які в останні роки спостерігаються на тлі перманентної політичної турбулентності, загострюють проблему відповідності соціально-економічного розвитку України ключовим сучасним викликам. Наразі це – практична реалізація Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та формування європейської моделі економіки; забезпечення стійкості проти тиску гібридної зовнішньої агресії та відкритої воєнної загрози; зниження соціальної напруженості та реконсолідація суспільства на шляху відновлення легітимності державотворення.

Формування адекватних відповідей стикається з проблемою реалізації в Україні необхідних економічних та політико-правових реформ. Очевидні повільність та непослідовність таких реформ прийнято пояснювати так званою «відсутністю політичної волі». Відповідно, створюється ілюзія, що для проведення ефективних реформ потрібно лишень поставити на ключові позиції в управлінні держави чесних та незаангажованих реформаторів. Проте неуспішність кроків на цьому шляху, в тому числі – радикально-революційного характеру, підштовхує до висновку про глибоку об'єктивну обумовленість комплексу перешкод реформам в Україні.

Користуючись усталеною термінологією, можемо констатувати сформованість в Україні «олігархічної економіки» як способу економічної організації, якому притаманне переважання побудованих великими корпоративними суб'єктами («олігархами»), які виконують ключові функції у відтворенні господарської системи, ієрархічних відносин щодо реалізації економічної влади, причому ці ієрархії вибудовуються на основі формального (лобіювання) чи неформального (корупція) впливу цих суб'єктів на рішення органів державного управління з метою отримання політичної ренти у вигляді преференційних умов доступу до суттєвих умов їхнього власного економічного відтворення.

Очевидним є формування в Україні класичної «інституційної пастки» на шляху реалізації економічних та політичних реформ: трансформаційні витрати щодо зміни моделі «олігархічної економіки» достатньо високі, оскільки пов'язані з необхідністю зміни структури національної економіки, тому наявна модель, в якій консервується нинішня структура, зберігається навіть в умовах зниження її віддачі, а зростання витрат збереження status quo компенсується через збільшення отримуваної бенефіціарами цієї моделі політичної ренти. Оскільки канали отримання політичної ренти (податкові преференції, неринкове ціноутворення, нерівність доступу до ринків тощо) принципово відрізняються від властивих конкурентному економічному середовищу, економіці нав'язується екстрактивна модель ринкових відносин, яка відторгає суб'єктів, не залучених до олігархічних ієрархій. Функціональна невизначеність значної частки економічних суб'єктів у відтворенні господарської системи призводить до посилення опортуністичної поведінки та накопичення негативних екстерналій лібералізації. Через це в економічній політиці вимушено зберігається висока частка адміністративних важелів управління, надалі гальмуючи становлення базових