

**Саух Ірина Василівна**

доктор економічних наук, професор

*Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна*

## **АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СТРАТЕГІЯХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Сучасний період української економіки характеризується новітніми викликами та значною турбулентністю, які виникли внаслідок російсько-української війни, що призводить до певних загроз стабільності економічної системи країни, суттєво знижує ефективність економічних процесів, значно обмежує конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та організацій. Воєнний рік значно вплинув на роботу бізнесу, зокрема й на фінансові результати — більшість компаній повідомляють про падіння доходів. Про це говориться у повідомленні Європейської Бізнес Асоціації. Так, у 29% опитаних відбулось падіння до 20% доходів у доларах США, у 54% — падіння на 21% і більше [1].

Умови економічних, соціальних, політичних, військових потрясінь, які зараз переживає Україна через війну з Російською Федерацією, уповільнили не тільки розвиток країни, а й призвели до соціально-економічного регресу окремих регіонів, який сьогодні став справжнім екзистенційним викликом для країни. Збереження та ефективна реалізація потенціалу підприємницького сектору, капіталізація факторів виробництва є ключовими економічними факторами відновлення соціально-економічного розвитку, що сприяють економічній стабільності регіонів та окремих територій країни. Умовою економічного прогресу України сьогодні є ефективна міграція (переміщення) бізнесу, його виробничого обладнання та інших потужностей підприємств у безпечніші регіони. Переміщення елементів національної економіки країни служить інструментом збереження ділової активності, творчості, накопичення і комерціалізації нових технологій (інновацій).

Не дивлячись на значний негативний вплив воєнного стану, на українських підприємствах відбулися певні позитивні зміни у 2022 році. Представники сфери управління персоналом та інших сфер діяльності повідомили про позитивні зміни, які відбулись в їх компаніях у 2022 році, а саме:

- покращення та посилення корпоративної культури та збільшення рівня eNPS;
- покращення рівня внутрішньої комунікації, збільшення рівня турботи про працівників;
- підвищення стійкості та гнучкості бізнесу;
- відбулось відкриття підрозділів у західних областях України та масштабування бізнесу за кордон;
- працівники почали спілкуватись виключно українською мовою;
- відбулося ще більше об'єднання та згуртованість команд, зростання рівня залученості, збільшення експорту послуг, оптимізація робочих процесів, створення нових напрямів діяльності [2].

Окрім безпосереднього фронту бойових дій, не менш важливим стає фронт економічний, оскільки забезпечення оборони та відновлення роботи інфраструктурних об'єктів потребує чималих коштів. Передбачається послаблення вимог щодо ведення бізнесу, доступне кредитування, можливості релокації із територій, де ведуться активні бойові дії тощо. Тобто держава, значною мірою, активізує процес антикризового управління бізнесом у наявних складних умовах.

Ефективність антикризового управління підприємством стає можливою лише тоді,

коли менеджери будуть здатні передбачати та прогнозувати складні економічні явища. Досягти поставлених цілей можна при гнучкому підході до процесу управління і ресурси мають розподілятися відповідно до антикризових пріоритетів. Управління повинно об'єднувати стратегічний і тактичний аспекти.

Водночас, сьогодні дуже важливо сформулювати чітке бачення того, що в меморандумах з МВФ називаються структурними маяками. Мова йде про певні зміни якісного плану, які позитивно вплинуть на економічне становище України. Пояснення цього факту у самому характері сучасного бізнесу. Фахівці компанії McKinsey & Co обґрунтовано констатують, що принцип безперервного розвитку успіху давно відійшов у минуле. Колишні способи ведення бізнесу постійно старіють, тому менеджмент повинен шукати вихід не в переборі відомих рішень, а постійному пошуку нових основ ефективності та успіху.

Впродовж ХХ ст. менеджмент став одним з вагоміших чинників ефективності та конкурентоспроможності економік розвинутих країн світу. Слід відзначити, що менеджмент в сучасній українській практиці управління традиційно сприймався та й часто-густо сприймається примітивізовано, переважно як діяльність з планування, організації, контролю. В той же час простежується і позитивний тренд.

Практикою світових та українських підприємств доведено наявність тенденції стійкого зростання масштабів та частки організаційно-управлінських новацій в загальному обсязі управлінської діяльності організацій. Науковці стверджують, а практики демонструють, що сьогодні креативність потрібна повсюдно і творче мислення стає базовою компетенцією сучасного менеджера.

На початку ХХІ століття науковці стверджували, що розвиток сучасних глобалізаційних процесів вимагає дослідження концепції нової управлінської революції, яка має на меті формування інтегральної теорії креативного менеджменту на противагу існуючому конвенційному менеджменту. Логіка модальності ХХІ ст. вже вимагала трансформувати матрицю управлінської діяльності в нові контексти креативного менеджменту. К.А. Нордстрем и Й. Ріддерстрале, автори книги “Бізнес в стилі фанк”, вважають, що креативність та креативний менеджмент – це не просто деякі нові технології, але й дух і філософія епохи третьої інтелектуальної революції [3].

Чому ми акцентуємо креативний менеджмент? Не можна не погодитися з тим, що креативність відіграє значну роль у бізнес-процесах і багато в чому стає/виступає запорукою успіху тієї чи іншої компанії. На сучасному етапі креативність менеджерської команди стає не тільки запорукою успіху, а й елементарною умовою виживання. Світ стояв би на одному місці, якби ніколи не приймалися креативні та інноваційні рішення. Але деякі моменти означимо детальніше. По-перше, існує тонка грань між умінням думати нестандартно та креативно мислити. Нестандартність найчастіше передбачає просто якусь відмінність, варіацію існуючого методу та способу роботи. Креативність повинна мати абсолютно новий і, головне, ефективний підхід до вирішення завдання. По-друге, кожна сфера діяльності має свої обмеження щодо створення та реалізації креативних ідей. Так само і люди мають різні здібності та схильність до креативного мислення. Отже, слід сприйняти позитивно тезу про те, що не потребує доведення актуальність застосування практики креативного менеджменту в умовах зростання ролі та значення ефективного використання потенціалу людського капіталу.

Вітчизняна економічна наука активно досліджує сутність поняття “креативний менеджмент”, розглядає креативний менеджмент як невід’ємну компоненту системи управління підприємством, стверджує, що в сучасних умовах важливо ідентифікувати та обґрунтовувати принципи формування системи креативного менеджменту вітчизняних організацій.

### Список використаних джерел:

1. <https://agronews.ua/news/stalo-vidomo-yak-vijna-vplynula-finansovi-rezultaty-ukrayinskogo-biznesu/>
2. <https://news.finance.ua/ua/pozytyvni-zminy-yaki-vidbulys-u-kompaniyah-u-2022-roci-yeba>
3. Ridderstrale J. Fanky Business: Talent Makes Capital Dance. 2<sup>nd</sup> edition/ J. Ridderstrale, K.A. Nordstrom – Financial Times Management, 2002. – 288 p.