

УДК: 005:001.8:330.101.542

**ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗНАЧЕННЯ ТА СТРУКТУРНЕ ОФОРМЛЕННЯ
КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА МАКРОРІВНІ**

кандидат економічних наук, Свидрук І. І.

Львівський торговельно-економічний університет, Україна, Львів

Розглянуто структурні та інституційні особливості креативного менеджменту, висвітлено інструменти реалізації можливостей та подолання бар'єрів на окремих етапах створення та поширення креативних рішень. Проаналізовано системні та інституційно-регуляторні аспекти національних концепцій розвитку креативно-інноваційних систем. Висвітлено широке коло питань державної підтримки креативного розвитку національної економіки. Запропоновано методологічну класифікацію факторів креативного розвитку на макrorівні. Згідно системного підходу до вирішення проблем інноваційного сценарію розвитку країни здійснено декомпозицію планування креативного розвитку. Показано, що за умов розбудови постіндустріального економічного простору інструменти правового регламентування креативізації суспільства потребують динамічного оновлення.

Ключові слова: знаннєва економіка, постіндустріальне конкурентне середовище, управлінські функції, креативні економічні системи, дифузія новаторських ідей, високотехнологічні науково-технічні розробки.

*кандидат экономических наук, Свидрук И.И.
Институциональное значение и структурное оформление
креативного менеджмента на макроуровне / Львовский торго-
во-экономический университет, Украина, Львов*

Рассмотрены структурные и институциональные

особенности креативного менеджмента, освещены инструменты реализации возможностей и преодоления барьеров на отдельных этапах создания и распространения креативных решений. Проанализированы системные и институционально-регуляторные аспекты национальных концепций развития креативно-инновационных систем. Освещен широкий круг вопросов государственной поддержки креативного развития национальной экономики. Предложена методологическая классификация факторов креативного развития на макроуровне. В рамках системного подхода к решению проблем инновационного сценария развития страны проведена декомпозиция планирования креативного развития. Показано, что в условиях развития постиндустриального экономического пространства инструменты правового регламентирования креативизации общества требуют динамического обновления.

Ключевые слова: экономика знаний, постиндустриальная конкурентная среда, управленческие функции, креативные экономические системы, диффузия новаторских идей, высокотехнологичные научно-технические разработки.

PhD in Economic, I. Svidurk. Institutional value and structural design of creative management at the macro level / Lviv Trade and Economic University, Ukraine, Lviv

Structural and institutional peculiarities of creative management are considered, tools of realization of possibilities and overcoming of barriers at separate stages of creation and distribution of creative decisions are highlighted. The systematic and institutional and regulatory aspects of the national conceptions of the development of creative and innovative systems are analyzed. A wide range of issues of state support for the creative development of the national economy is covered. The

methodological classification of factors of creative development at the macro level is proposed. According to the systematic approach to solving the problems of the innovative scenario of development of the country, decomposition of creative development planning was made. It is shown that in the conditions of development of post-industrial economic space instruments of legal regulation of socialization of a society require a dynamic upgrade.

Key words: knowledge economy, post-industrial competitive environment, management functions, creative economic systems, diffusion of innovative ideas, high-tech scientific and technical developments.

Вступ. Стрімкий розвиток постіндустріального суспільства гостро підносить питання інституційного значення та структурного оформлення систем управління креативного менеджменту на макрорівні, адже конкурентоздатність національної економіки все більше узалежнюється від її спроможності генерувати й використовувати високотехнологічні продукти та технології, що ґрунтуються на залученні знань та творчих здібностей людських ресурсів. Успішний розвиток економіки, заснованої на знаннях, ґрунтується, насамперед, на наявному науково-технологічному потенціалі економічної системи, з урахуванням особливостей потенціалу людських ресурсів. Відтак, саме цей постулат зазвичай покладається в основу оцінювання інституційного значення креативного менеджменту [1; 2]. Водночас, на сьогодні залишається не розробленим єдиний підхід до структурно-компонентного наповнення креативних економічних систем, а напрацювання більшості дослідників стосуються лише окремих аспектів креативного управління на макроекономічному рівні [3; 4; 5], що вимагає їх

ґрунтового аналізу та переосмислення з метою напрацювання універсальної моделі креативного менеджменту на всіх рівнях ієрархії національної економічної системи.

Мета та завдання. Метою дослідження є аналіз макроструктурних та інституційних характеристик креативного менеджменту.

Виклад основного матеріалу. Сучасні наукові підходи до визначення структурного наповнення феномену креативного менеджменту ґрунтуються, здебільшого, на двох моделях опису креативних процесів в інноваційному розвитку економічних систем. З одного боку, на мікрорівні розглядається лінійна перспектива креативного розвитку організації через призму власного інвестування в дослідження, науково-технічні розробки та їх впровадження в господарську діяльність. З іншого боку, дослідження феномену креативного менеджменту на макрорівні зосереджується, здебільшого, на його системних та інституційно-регуляторних аспектах. Цей підхід знаходить відображення в національних концепціях креативно-інноваційних систем та охоплює широке коло питань державної підтримки креативного розвитку національних економік, розвитку науково-дослідницьких організацій, створення галузевих та регіональних кластерів творчого й наукового бізнесу, державно-приватного партнерства у найбільш перспективних та значущих креативних проектах [2]. Генерація нових знань завжди стає підґрунтям для подальших, більш практично зорієнтованих досліджень та розробок. Отож, окрім суто пізнавального мотиву, дослідницька діяльність переслідує також непряму утилітарно-економічну мету: результати фундаментальних досліджень підсилюють суспільне благо, адже отримані знання можуть бути використані іншими організаціями, галузями чи секторами економіки

[6].

У розвинених країнах саме державний сектор економіки є основним засновником фундаментальних досліджень, хоча це не означає, що наукові розробки притаманні виключно високорозвинутим економікам. Державне фінансування або співфінансування прикладних досліджень спонукає суб'єктів економіки до додаткового інвестування у власні нововведення, завдяки чому вони можуть розраховувати на асиміляцію та використання наявних зовнішніх знань. Відтак, нагальним видається питання про необхідність розробки ефективної політики підтримки інноваційного розвитку економіки на всіх етапах створення та реалізації креативного продукту.

Креативний макроекономічний розвиток є прямим результатом імплементації фундаментальних наукових розробок у науково-виробниче середовище держави, а креативний тип суспільства передбачає безупинне використання новітніх знань та інновацій у всіх сферах людської діяльності в рамках соціогуманістичних орієнтирів [7].

Виходячи з цього, основні фактори креативного розвитку методологічно поділяються на дві групи, що діють в умовах інтелектуальної взаємодії: безпосередні джерела, що стають матеріальним підґрунтям для реалізації креативної діяльності регіонів, галузей чи держави в цілому, та пускові механізми, що являють собою специфічні інструменти управлінського впливу, здатні забезпечити конкурентні переваги національній економіці в умовах експансивного розвитку суспільства, заснованого на знаннях (рис. 1).

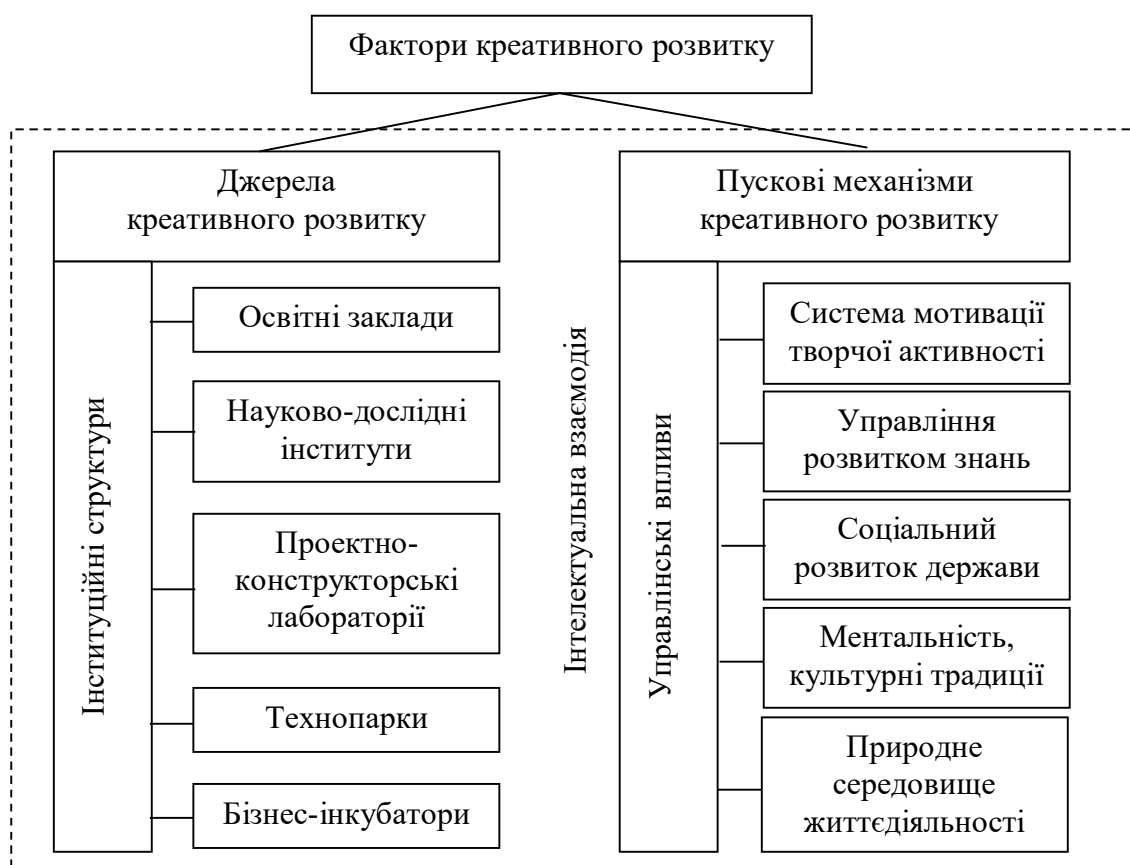


Рис. 1. Методологічна класифікація факторів креативного розвитку на макорівні

Досліджуючи макроекономічні аспекти креативного управління, варто оцінити їх з точки зору відповідних особливості основних функцій менеджменту. Так, функція планування науковцями даної галузі доповнюється такими характеристиками, як технологічний моніторинг науково-економічного потенціалу в ракурсі світових технологічних трансформацій і науково-технологічне прогнозування, «встановлення політично нейтральних пріоритетів забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України» [4].

Особливістю планувальної функції є високий ступінь альтернативності на невизначеності наукового, техніко-економічного, соціального розвитку постіндустріального суспільства. Відтак, ефективне узгодження економічного розвитку різних за ступенем креативності та інноваційності галузей економіки вимагає всебічного

наукового аналізу науково-технічних тенденцій і можливостей національної економіки. Системний підхід до вирішення проблем планування креативного розвитку передбачає декомпозицію інноваційного сценарію розвитку країни (рис. 2).

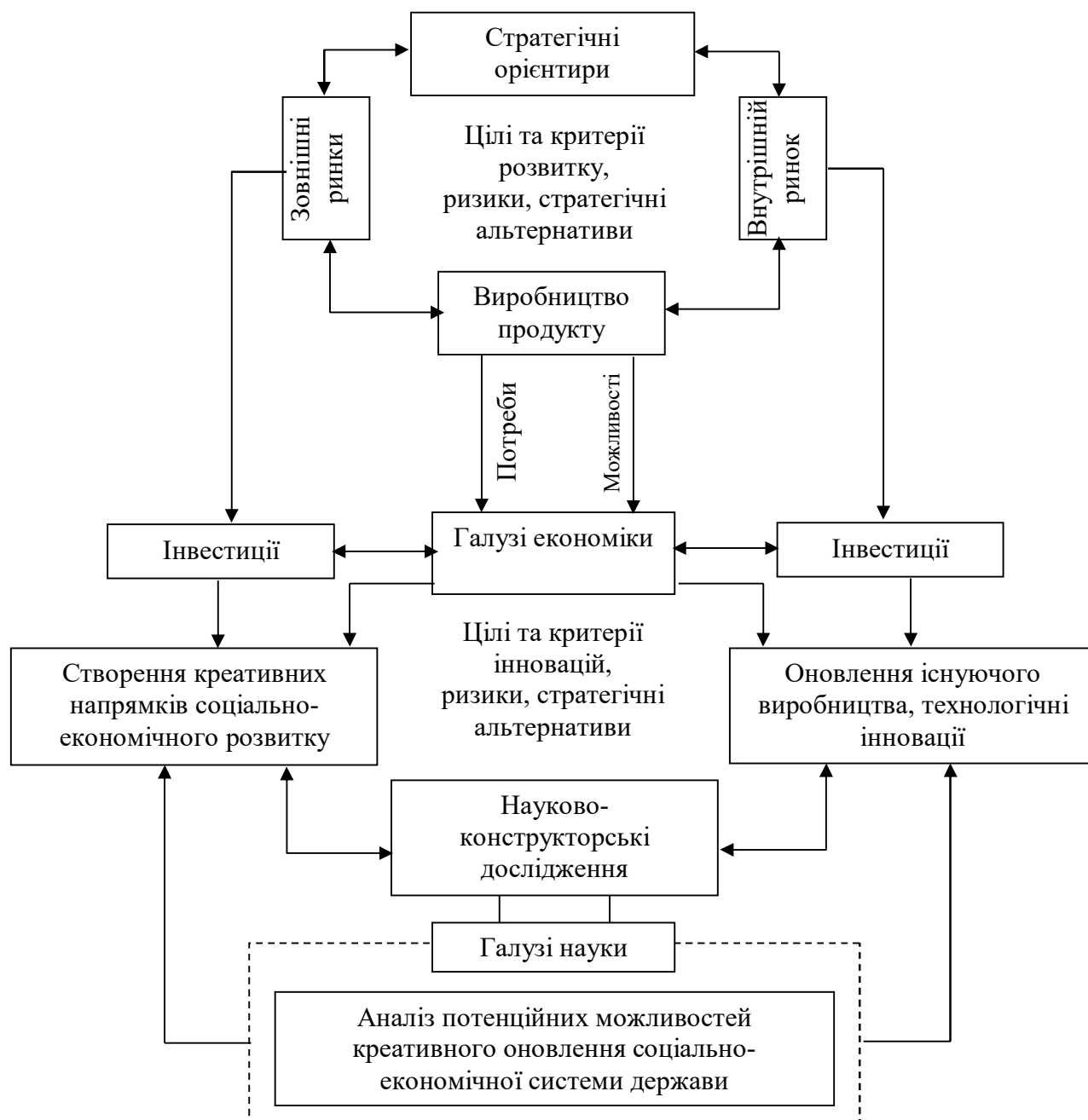


Рис. 2. Декомпозиція функції планування креативного менеджменту

Отже, макроекономічне креативне планування покликане формувати пріоритетні напрями і цілі розвитку держави, прогнозно

оцінювати соціально-економічні наслідки реалізації загальнодержавних програм оновлення економіки, здійснювати аналіз адекватності залучених в процеси економічного розвитку матеріальних, людських та інтелектуальних ресурсів, передбачати можливості співпраці наукових установ та бізнес-структур і межах креативного оновлення національної соціально-економічної системи.

Функція організування в креативному менеджменті спрямовується передусім на забезпечення прориву у науково-технологічній сфері, відтак охоплює, відповідно, інституціональну підтримку інформаційної інфраструктури, спрощення комунікаційних зв'язків для суб'єктів господарювання, координаційні програми інтегрування науково-освітніх та виробничих структур. Макроекономічний простір держави є складною соціотехнічною системою, в рамках якої ефективна координація окремих управлінських ланок (на рівнях регіонів, галузей, міністерств, науково-технічних програм тощо) є складним, багатоаспектним і подекуди не до кінця передбачуваним процесом. Інституційний менеджмент креативного прориву національної економіки передбачає оновлення податкової системи, амортизаційної політики, державне фінансування креативних проектів, регіонів чи галузей шляхом надання дотацій, субсидій та субвенцій, удосконалення банківської сфери в цілому і кредитної політики зокрема, перегляд, уніфікацію та приведення у відповідність до міжнародних норм державних стандартів, антимонопольний захист суб'єктів господарювання, регулюючий вплив у секторі фінансових інвестицій. Використання чисельних розгалужених, різновекторних управлінських зв'язків в межах функції креативного організування має на меті якнайбільш ефективно інтеграційне узгодження в часовому і просторовому вимірі креативних планів, розробок та проектів у різних галузях національної економіки.

Відтак, важливою характеристикою організаційного макроуправління стає гнучкість і динамічність інституційного відклику на внутрішньодержавні та світові трансформаційні збурення. Адекватна інституційна формалізація управлінського впливу щодо значної кількості науково-технологічних перетворень національної економіки потребує також їх взаємоузгодження із такими аспектами державного управління, як національна безпека, стан екологічної сфери, побудова сучасної освітньої моделі, удосконалення соціальної політики.

Досліджуючи інституційні особливості функції організації креативного менеджменту, варто зосередити увагу і на питаннях методів державного регулювання креативного розвитку суспільства. Так, Закони України, Укази Президента, Постанови Уряду, законодавчо визначають правові основи регулювання економічної діяльності та юридичні принципи функціонування національної економіки, а Розпорядження НБУ стосуються інституційного забезпечення кредитного регулювання. Нормативна діяльність у галузі економіко-екологічних норм визначає основні пріоритети охорони навколишнього середовища, раціонального використання природних ресурсів, екологічної безпеки та встановлює санкції за забруднення навколишнього середовища. Соціально-економічні норми креативізації суспільства інституційно забезпечуються об'єктами соціальної інфраструктури і механізмами визначення прожиткового мінімуму, мінімальної заробітної плати та неоподаткованого мінімуму. Фіскальна політика держави проявляється через систему податкових ставок і преференцій, основною інституційною метою яких є наповнення бюджетної сфери, регулювання економічних процесів в державі, стимулювання розвитку високотехнологічних галузей, підтримання режиму ресурсної економії у виробництві, формування пропорцій/структури виробництва та

трансформація структури попиту/ споживання. Також в межах фіскальної політики визначаються питання митного регулювання, спрямовані на захист національного ринку та вітчизняного виробника. У той же час, інструментами фінансової політики креативного розвитку національної економічної системи слугують бюджетні дотації (державні, місцеві), бюджетні асигнування креативних програм суб'єктів господарювання через цільовий перерозподіл національного доходу, непряме фінансування шляхом надання пільг чи надання субвенцій на розвиток галузей / регіонів. Для підтримки державних цільових програм розвитку національної економіки, стимулювання пріоритетних економіко-соціальних програм, реалізації державних науково-технічних програм широко використовуються осучаснені методи державних закупівель. Також слід відмітити інституційні напрямки інфраструктурної підтримки креативного розвитку, зокрема банківське кредитування стимулює розвиток систем фінансового планування креативізації національної економіки, страхові програми забезпечують хеджування ризиків високотехнологічного виробництва, а інформаційно-консалтинговий супровід – патентний захист, захист персональних даних, доступність державних інформаційних ресурсів.

Функція мотивування в креативному менеджменті скеровується на стимулювання розвитку наукомістких та високотехнологічних галузей економіки, підтримку інвестиційних потоків у креативні розробки і продукти, інституційне запровадження податкових та інших фінансових заохочень, гармонізацію творчого співробітництва різних соціальних груп у суспільстві. Існування в практиці більшості економічно розвинених держав програм інституційної підтримки креативного бізнесу свідчить на користь створення відповідного базису національної економіки. Водночас, різноплановість преференційної політики розвитку наукомісткої високотехнологічної

промисловості у різних країнах наводить на думку, що інституційне заохочення має ґрунтуватися як на суто економічних можливостях суспільства, так і спиратися на тенденції соціального розвитку, враховувати національні традиції та ментальні особливості соціуму.

Контролююча функція, відповідно, передбачає застосування бюджетного контролінгу наданих преференцій, а також забезпечує охоронні права інтелектуальної власності. Відтак, основними завданнями контролю в креативному менеджменті на макрорівні є: збір, опрацювання та систематизація статистичних показників щодо креативного розвитку на загальнодержавному, регіональному та галузевому рівнях; оцінювання впливу креативного розвитку на загальноекономічні та соціальні показники розвитку держави; аналіз системних ризиків та причин відхилення від планованих результатів; корегування методів та інструментів державної підтримки креативних галузей в залежності від досягнутих ними результатів.

Висновки. Таким чином, макрорівень креативного менеджменту забезпечується регулюючим політико-економічним впливом на більшість аспектів креативного розвитку галузей, регіонів та держави в цілому. Креативний прорив вітчизняної економічної системи потребує інституційного оновлення у фіскальній сфері, державної фінансової підтримки креативних проектів, удосконалення кредитної політики, приведення державних стандартів у відповідність до міжнародних норм, антимонопольний захист суб'єктів господарювання. Існуючі інструменти правового регламентування хоча і є доволі дієвими, однак потребують динамічного гнучкого оновлення з огляду на стрімку розбудову постіндустріального економічного простору.

Література:

1. Шимановська-Діанич Л. М. Креативний розвиток персоналу підприємства як чинник формування креативної індустрії України в умовах євроінтеграції / Л. М. Шимановська-Діанич, Ю. В. Іванов // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер.: Економічні науки. — 2014. — № 4. — С. 39–45.
2. Barath E. New measures for development-oriented governance and implementation – evaluation of the European Structural and Investment Funds and ensuing recommendations / E. Barath // Official Journal of the European Union. — 2016. — Vol. 59 (487). — P. 1–6.
3. Барна М. Ю. Інтегральна ефективність функціонування та розвитку виробничих систем у національній економіці: теоретико-методологічні аспекти оцінювання / М. Ю. Барна, М. І. Миронова, Г. І. Башнянин. — Львів: Ліга-Прес, 2017. — 166 с.
4. Домарадзька Г. С. Проблеми і напрями удосконалення інноваційного менеджменту на макрорівні / Г. С. Домарадзька, М. В. Чмелик // Проблеми економіки та управління. — 2008. — № 628. — С. 483–488.
5. Лук'яненко Д. Г. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту / Д. Г. Лук'яненко, Т. О. Галахова // Науковий вісник Дипломатичної академії України. — 2016. — № 23 (3) . — С. 12–21.
6. A semi-synthetic organism that stores and retrieves increased genetic information / Yo. Zhang, J. L. Ptacin, E. C. Fischer, H. R. Aerni // Nature. — 2017. — № 551. — P. 644–647.
7. Вовканич С. Людський та інтелектуальний капітали в економіці знань / С. Вовканич, Л. Семнів // Вісник НАН України. — 2008. — № 3. — С. 13–23.

References:

1. Shymanovsjka-Dianyach L.M. Kreatyvnyj rozvytok personalu pidpryjemstva jak chynnyk formuvannja kreatyvnoji industriji Ukrajin y v

umovakh jevrointeghraciji / L. M. Shymanovsjka-Dianyach, Ju. V. Ivanov // Naukovyj visnyk Poltavskogho universytetu ekonomiky i torghivli. Ser.: Ekonomichni nauky. — 2014. — № 4. — S. 39–45.

2. *Barath E. New measures for development-oriented governance and implementation – evaluation of the European Structural and Investment Funds and ensuing recommendations / E. Barath // Official Journal of the European Union. – 2016. – Vol. 59 (487). – P. 1-6.*

3. *Barna M.Ju. Integhraljna efektyvnistj funkcionuvannja ta rozvytku vyrobnych system u nacionalnij ekonomici: teoretyko–metodologhichni aspekty ocinjuvannja / M. Ju. Barna, M. I. Myronova, Gh. I. Bashnjanyh. — Ljviv: Ligha-Pres, 2017. — 166 s.*

4. *Domaradzjka Gh.S. Problemy i naprjamy udoskonalennja innovacijnogho menedzhmentu na makrorivni / Gh. S. Domaradzjka, M. V. Chmelyk // Problemy ekonomiky ta upravlinnja. — 2008. — № 628. — S. 483–488.*

5. *Luk'janenko D. Gh. Fenomen kreatyvizaciji ghlobaljnoji ekonomiky i menedzhmentu / D. Gh. Luk'janenko, T. O. Ghalakhova // Naukovyj visnyk Dyplomatychnoji akademiji Ukrainy. — 2016. — № 23 (3). — S. 12–21.*

6. *A semi-synthetic organism that stores and retrieves increased genetic information / Yo. Zhang, J. L. Ptacin, E. C. Fischer, H. R. Aerni // Nature. – 2017. – № 551. – P. 644-647.*

7. *Vovkanyh S. Ljudsjkyj ta intelektualjnyj kapitaly v ekonomici znanj / S. Vovkanyh, L. Semniv // Visnyk NAN Ukrainy. — 2008. — № 3. — S. 13–23.*