

1. Поляков С.Ю. Деякі аспекти та принципи управління інтелектуальною власністю в Україні / Поляков С.Ю., Куртов А.І., Нікітюк О.Б., Зміївський Г.А // Вісник НТУ «ХП». – 2010. – № 60. – С. 72–83.
2. Бернская Конвенция об охране литературных и художественных произведений (Парижский Акт, ВОИС, 24 июля 1971 г.) // Свод нормативных актов ЮНЕСКО. – М.: 1993 – с. 500.
3. Парижская конвенция по охране промышленной собственности / Офиц. рус. текст // Там же. – С. 22–50.
4. Всемирная декларация по интеллектуальной собственности 2000 года // Интеллектуальная собственность. – 2002. – № 4.–С. 14– 17.
5. Интеллектуальная собственность: её сущности и роль в современном экономическом развитии [Электронный ресурс]// Studrb.ru – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://studrb.ru/works/entry22436>
6. Право интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] // Учебные материалы. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://works.doklad.ru/view/z947Sb6c0GA.html>
7. Интеллектуальная собственность [Электронный ресурс] // Вікіпедія. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Интеллектуальная_собственность

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Н.О. Задорожнюк, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Для сучасних компаній важливу роль відіграє креативність персоналу, яка стає головним джерелом розвитку інтелектуального капіталу, що дозволяє розробляти і впроваджувати різні інновації. Якщо раніше креативність розглядалася як властивість особистості, то сьогодні все більш актуальним стає управління творчим процесом колективу в цілому.

Розвиток креативного менеджменту направлено на управління людським капіталом, прийняття управлінських рішень в умовах ризику і невизначеності, мотивацію творчості та підвищення ефективності роботи персоналу. При необхідно використовувати комплексний підхід при розгляді креативності, виявленні та стимулюванні креативності на різних стадіях інноваційного проекту від генерації ідей до втілення в готовий продукт.

Креативність спирається на прикладне уявлення, інтелект, винахідливість і самонавчання. Виділяють три необхідних елементи креативності:

1. Компетенції, які включають в себе знання, навички і досвід в певній сфері діяльності.

2. Творче мислення, яке включає в себе: гнучкість, винахідливість і наполегливість при пошуку рішення, використання методів креативного мислення.

3. Мотивація персоналу до креативної, інноваційної діяльності [1].

Важливо відзначити, що на формування й розвиток креативного менеджменту впливають певні чинники техніко–економічного, організаційно–управлінського, юридичного та соціально–психологічного характеру, що стримують або сприяють здійсненню креативної діяльності на підприємстві.

Також на формування й розвиток креативного менеджменту впливають такі фактори [2]:

– рівень розвитку креативного суспільства;

– формування креативної економіки;

– розвиток освіти на основі принципів креативності;

– рівень інноваційності підприємства;

– творчий потенціал особистості;

– потенціал креативного менеджера.

Взаємозв'язок і взаємодоповнення даних факторів є запорукою успіху у формуванні й розвитку креативного менеджменту.

На основі ключових ідей [3] автором запропонована модель управління системою креативного менеджменту (рис. 1).

В основі цієї моделі лежать чотири етапи:

1. Наявність інтелектуально–креативних, фінансових та технологічних ресурсів для забезпечення ефективного функціонування креативного менеджменту.

2. Безпосередньо процес управління системою креативного менеджменту, який базується на ключових законах і функціях управління, принципах та технологіях креативного менеджменту.

3. Удосконалення системи креативного менеджменту в результаті виявлення недоліків існуючої системи або неефективного розподілу управлінських функцій тощо.

4. Поширення креативності через формування портфелю бізнес-ідей, банку талантів, розвитку інтелектуально-креативної діяльності персоналу. Для цього керівникам слід шукати креативних та талановитих фахівців, мотивувати їх, забезпечувати певну винагороду тощо.

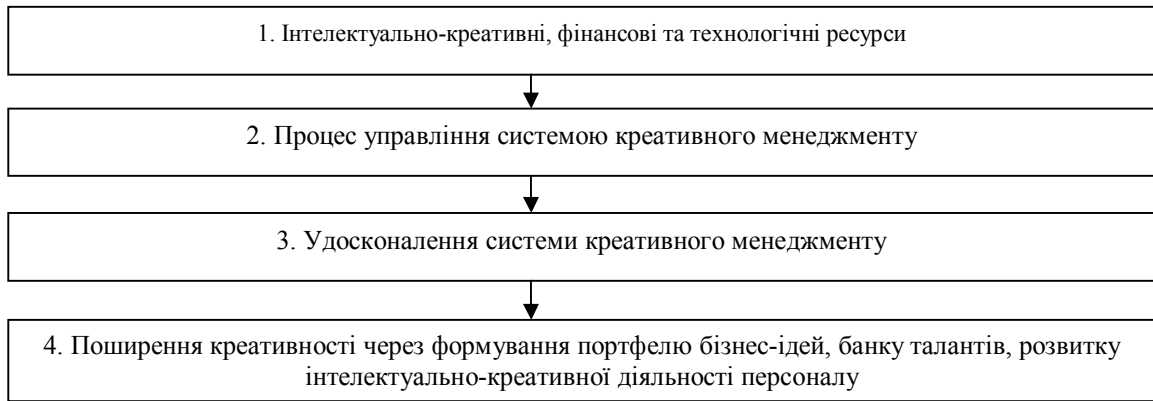


Рисунок 1 – Модель управління системою креативного менеджменту

Отже, впровадження запропонованої моделі управління системою креативного менеджменту дозволить: підвищити ефективність роботи менеджерів усіх рівнів управління; розвиватися компанії за рахунок постійної модернізації, самонавчання персоналу та активізації інноваційної діяльності.

Література:

1. Задорожнюк Н.А. Креативное мышление как основа достижения инновационного развития общества / Н.А. Задорожнюк, А.Д. Пейчев // Економіка та суспільство (електронне наукове фахове видання). – 2016. – Вип. № 2. – С. 270–273.
2. Божидарнік Т. Формування й розвиток креативного менеджменту на підприємстві / Т. Божидарнік, Н. Василик // Економіст. – 2015. – № 3. – С. 37–39.
3. Синева Н.Л. Управление системой креативного менеджмента (менеджмента творчества персонала) как фактор формирования конкурентных преимуществ инновационной организации/ Н.Л. Синева, Яшкова Е.В., Т.В. Перова // Наукоедение. – 2014. – № 5 (24) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naukovedenie.ru/PDF/85EVN514.pdf>

ЧИ ПОТРІБНА УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСУ КУЛЬТУРА СВІТОВОГО РІВНЯ?

В. А. Замлинський, д.е.н., професор
М.О. Гайдаєнко, студент
Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Сьогодні найбільш перспективною складовою розвитку бізнесу і суспільства безперечно є людський фактор, його знання, культура та мотивація. Інструментарій менеджменту не надасть стійкого результату і удосконалення виключно технічними і технологічними новаціями, якщо не використати потенціал ефективності координації спільноти, людського фактору усіх рівнів та компетенції. Однією з складових успіху компанії, безпосередньо пов'язаною з якістю її внутрішнього менеджменту є культура управління. Пряма залежність результатів діяльності організації від її культури визначається тим, що цінності та взаємовідносини всередині компанії залишаються відносно постійними, що забезпечує їй відносну стабільність в тяжкі часи, зокрема й під час кризи, та дає змогу керівництву швидко ухвалювати рішення та пристосовуватися до змін ринку.

Наразі серед науковців немає єдиного визначення терміну «організаційна культура». Більш того, поряд з ним часто вживають поняття «культура менеджменту», «корпоративна культура», «культура ведення бізнесу», «соціокультура організації» тощо. Більша частина як вітчизняних, так і західних науковців вважають всі ці поняття синонімами, хоча найбільш вживаним залишається термін «організаційна культура».

Харчишина О.В. приводить комплексне визначення організаційної культури як базового елементу внутрішнього середовища організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію і виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку; формується в процесі її еволюційного