

майбутніх вчителів під час фахової підготовки.

Отже, вимогою часу у системі підготовки фахівців стало поширеним звернення до щирої української народної пісні, як засобу виховання національної свідомості, засобу залучення молодого покоління до українського музичного мистецтва, що позитивно сприяє саморозвитку майбутніх вчителів.

#### **Список використаних джерел**

1. Гнатюк Г. Гаївки. *Матеріали до української етнології*. Львів, 1909. Т. XII.
2. Українська мала енциклопедія: 16 кн.: у 8 т. проф. Є. Онацький. Накладом Адміністрації УАПЦ в Аргентині. Буенос-Айрес, 1963.

РЕПКО І.П.,  
КОЛОМІЄЦЬ Я.М.

Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія», Україна

### **КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАСІБ І УМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ**

Сучасні тенденції господарювання вимагають від закладів освіти зміни підходів та інструментів вирішення тих чи інших завдань, оскільки стандартні підходи вичерпали свої резерви підвищення ефективності діяльності установ освіти. У зв'язку з чим пріоритетним стає інтелектуальна діяльність та її застосування в управлінні процесами організації освітнього процесу. Одним із можливих варіантів успішного вирішення проблем є застосування інструментів креативного менеджменту, який сприяє особистому та професійному саморозвитку та самовдосконаленню, розвитку ініціативності персоналу закладів освіти. Ефективний креативний менеджмент сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, підвищенню рівня його конкурентоспроможності на ринку, дозволяє використовувати ресурсну базу з найбільшою віддачею, що, відповідно, збільшує прибуток.

Під креативним менеджментом ми розуміємо ефективне управління структурами, процесами та ресурсами задля досягнення заданих цілей з використанням нестандартних (творчих) підходів. Поняття креативного менеджменту перетинається з поняттям інноваційного менеджменту (від слова «innovate»-вводити новацію, робити зміни), але не вичерпується ним. Зв'язок інновації з креативністю у спрощеному розумінні дається визначенням: «Інновації – це запозичення, адаптація чи практичне використання креативного елемента третьою стороною» [1]. У той же час інновація, тобто ведення нововведення в економіку, технологію, послугу, також може мати креативну складову, містити елементи творчості.

Розділяємо думку автора про необхідність у креативному менеджменті виникає тоді, коли стандартні принципи та способи управління не дають результату; а саме: наявність проблеми та суперечливих вимог до управління;

неповна визначеність та мінливість середовища, в якому здійснюється управління; недостатність керуючих механізмів для компенсації збурень (невиконання принципу різноманітності); активну протидію конкурентів та загалом зовнішнього середовища, а також інші обставини, що не дозволяють забезпечити ефективне управління відомими інструментами [2].

Для креативного менеджменту характерні: 1) пошук альтернативних стратегій у розширеному просторі допустимих рішень – вже тут, у розширенні простору, проявляється творчість; 2) аналіз альтернатив за допомогою багатокритеріальної оптимізації – творчість проявляється у виборі критерію якості та методів оптимізації; 3) створення механізму реалізації стратегій з урахуванням людського фактора – тут творчість проявляється у знаходженні економічного механізму та створенні умов для повного використання інтелектуального потенціалу персоналу; її гарантованою ефективністю [3].

Креативний менеджмент передбачає активне генерування варіантів рішень управлінського завдання, їх перебір, порівняння, вибір оптимального рішення. Причому генерація ідей походить не лише від керівників, а й від безпосередніх виконавців, та творчих груп. До основних елементів управління творчими групами належать: постановка завдання, формування робочої групи, планування та розподіл завдань, свобода дій, заохочення, організаційна підтримка, право на помилку, повагу партнерів [4].

Основною небезпекою для креативності є різного роду рутини, здатна гальмувати прояви креативного мислення – від народження ідей та його реалізації як готового продукту. Формувати творчі здібності необхідно, ґрунтуючись на формуванні особистості, здатності вирішувати різноманітні проблеми.

Отже, можна дійти висновку у тому, що ідея креативного управління дедалі глибше проникає в сучасний менеджмент, стаючи не поодиноким прикладом виняткових особистостей, а повноцінною наукою, яка рік у рік нарощує свій емпіричний і практичний потенціал. Сучасні заклади освіти зможуть досягти успіху тільки в тому разі, якщо буде задоволено вимогу різнобічної підготовки як персоналу, так й менеджерів, які будуть синергетично взаємодіяти задля досягнення поставленої мети.

#### **Список використаних джерел:**

1. Окорський В. П., Валюх А. М. Креативний менеджмент: Підручник. Рівне : НУВГП, 2017. 344 с.
2. Грибова В. М. Корпоративна стратегія управління інноваціями. *Економіка розвитку*. 2003. № 3. С. 29–34.
3. Кузьмін О. Є. Креативний менеджмент: Навч. посібник. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2010. 124 с.
4. Харцій О. М. Розвиток креативного потенціалу у майбутніх менеджерів організації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2007. 20 с