

Стратегические аспекты инновационно-креативных трансформаций во внутрихозяйственном менеджменте

*И.А. Галица, д.е.н., профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия, конкурентной политики и инновационного развития
Университет экономики и права «КРОК»
igalica@ukr.net*

Методология исследования. Путем системного анализа эволюции корпоративного менеджмента исследованы закономерности трансформаций в сфере восприятия креативных ресурсов современных организаций. С использованием методов интерпретации и детализации определены основные направления креативного переворота. Используя методы анализа и синтеза, показана роль креативного потенциала сотрудников предприятия. Благодаря методам абстрагирования и формализации определена сущность и основные принципы формирования внутрихозяйственных рынков интеллектуальных продуктов.

Результаты. Определена современная тенденция развития предприятия, при которой его креативный потенциал превращается из вспомогательного в основной ресурс обеспечения конкурентоспособности. Показано, что в этих условиях система внутрихозяйственного менеджмента кардинально трансформируется в направлении обеспечения максимальной генерации, аккумуляции и использования креативного потенциала сотрудников. Сформулированы принципы сказанного (не сказанного) слова сотрудником предприятия.

Новизна. Доказана важность использования креативного потенциала сотрудников предприятия как инструмента конкурентоспособности. Сформулированы основные принципы формирования внутрихозяйственных рынков интеллектуальных продуктов (внутрихозяйственных «рынков мозгов»), принцип сказанного (не сказанного) слова сотрудником предприятия.

Практическое значение. Результаты проведенного исследования могут быть применены для максимального использования креативного потенциала сотрудников предприятия и формирования внутрихозяйственных рынков интеллектуальных продуктов.