

технического, технологического, хозяйственно-коммерческого и социального развития всех отраслей, предприятий и организаций машиностроения.

Важно подчеркнуть, что процесс научно-технического и технологического развития машиностроительного производства не завершается стадиями разработки и внедрения тех или иных программ и проектов. Инновациям необходимо «дозреть» в организационных структурах с тем, чтобы за это время могли рождаться новые идеи, трудовые коллективы и отдельные работники – повышать свой профессиональный уровень знаний, увеличивать объем специальных знаний, набираться передового опыта, развивать и совершенствовать управленческую практику.

Таким образом, кратко рассмотренные важнейшие подходы к инновационной деятельности вряд ли можно представить без растущего значения разработки и практической реализации планов нововведений. Планирование в современных формах его организации – ключевая основа успешной хозяйственной, коммерческой и социальной деятельности не только для машиностроения, но и экономики в целом. Чем быстрее будет осознана каждым руководителем и специалистом эта объективная необходимость, тем успешнее будет мобилизация внутренних резервов и возможностей отечественных товаропроизводителей и машиностроительного сырья.

Литература.

1. Баутин В.М., Мычка С.Ю. Формирование инструментария государственного регулирования агропромышленного производства на региональном уровне // Синергия. 2016. № 6. С. 46-53.
2. Баутин В.М., Шаталов М.А. Повышение качества трудовых ресурсов предприятий АПК в условиях модернизации экономики // Никоновские чтения. 2016. № 21. С. 29-30.
3. Гыязов А.Т., Эрматова А.И., Раимкулов К.А., Халмурзаев Д.А. Обоснование системы устойчивого развития сельских территорий Кыргызской республики // Устойчивое развитие науки и образования. 2017. № 2. С. 101-108.
4. Мычка С.Ю., Шаталов М.А. Модернизация перерабатывающих предприятий АПК на основе инвестирования в инновационные технологии // Сборник научных трудов Всероссийского научно-исследовательского института овцеводства и козоводства. 2015. Т. 1. № 8. С. 957-959.
5. Овсянников С.В., Давыдова Е.Ю. Управление структурой инвестиционной деятельности как основа устойчивого развития предприятия // Территория науки. 2016. № 5. С. 160-164.
6. Смольянинова И.В., Шаталов М.А., Ахмедов А.Э. Формирование конкурентных преимуществ предприятий АПК в условиях ограниченности ресурсов // Агропродовольственная экономика. 2016. № 6. С. 6-14.
7. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Страхование в системе минимизации финансовых рисков предприятий АПК // Закономерности развития региональных агропродовольственных систем. 2016. № 1. С. 157-160.
8. Эрматова А.И., Гыязов А.Т., Эрматов А.К. Диагностика экономического состояния и обеспечение устойчивого развития АПК Кыргызской Республики // Устойчивое развитие науки и образования. 2016. №3. С. 11-20.

ХАРАКТЕРИСТИКИ КРЕАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

А.В. Сушко, ассистент, Е.В. Полицинская, к.пед.н, К.А. Газин, студент группы 17Б60

Томский политехнический университет

652050, г. Юрга, ул.Ленинградская 26, тел. (3822)7-77-62

E-mail: katy@mail.ru, sushko.a.v@mail.ru

Аннотация: Все чаще говорится о необходимости формирования креативности в управлении, что обусловлено становлением качественно новой социально-профессиональной общности. В данной статье была определена роль креативности и определена система креативного управления. Проведены дефиниции понятия креативного управления.

Сегодня социологии управления, изучающей, прежде всего, социальные отношения в сфере управления, особенно актуальна проблематика повышения качества и эффективности института управления. Все чаще говорится о необходимости формирования креативности в управлении, что обусловлено становлением качественно новой социально-профессиональной общности, освоением новых методов и принципов управленческого воздействия в современной России в контексте ответов на вызовы времени.

Различные аспекты, связанные с тематикой креативности, в том числе применимо к управлению организацией, изучаются в отечественной литературе. Так, для российского социолога Ю.Г. Волкова креативность есть социально-созидательная деятельность, которая обусловлена установками на принципы самореализации на индивидуально-личностном, групповом и общественном уровнях и включение в различные формы социального участия [2].

А.М. Салогуб характеризует креативное управление как систему управленческих влияний и воздействий, призванных актуализировать совокупный креативный потенциал управления и всего общества. При этом возможность влияния на принятие управленческих решений для выработки оптимальных сценариев социального развития составляет социальное свойство креативного управления [3].

В целом феномен креативности пока что остается предметом дискуссий. Так, Э.Фромм еще в 1959 г., определяя понятие креативности, связывал его с способностью удивляться и познавать, умением находить выход из нестандартных ситуаций, нацеленностью на открытие нового [4]. Точкой отсчета в данном подходе выступает творчество как общая характеристика личности, ее свойство, отражающее индивидуальную творческую производительность.

Другой подход связан с определением креативности как технологии организации творческого процесса в рамках определенного институционализованного сообщества, организации [4]. В этом контексте речь идет о способности к генерированию инновационных, нетривиальных идей, обучении отойти от привычных схем мышления при разрешении нетрадиционно сложно-структурированных проблем, переступить через привычные стереотипы и стандарты.

М.П. Миронова определяет креативность как способность конструктивно нестандартно мыслить, осознанно и целенаправленно формулировать новые идеи, способность к рефлексии в процессе переосмысления накопленного опыта и решения теоретических и практических проблем инновационными, более эффективными способами. Креативность как свойство определяет готовность личности к изменениям, отказу от стереотипов и поиску качественно новых идей.

В последнее время в социально-гуманитарном знании утвердилась точка зрения, в соответствии с которой креативность увязывается с достаточно широким и разнообразным спектром способностей индивидов: теоретическим мышлением, стремлением к планированию, прогностическими способностями, направленностью на достижение успеха (акме) [6]. Это представляется особенно значимым в условиях сохраняющегося в российском обществе доминирования командно-административного стиля управления, который характеризуется низкой вовлеченностью подчиненных в процессы принятия решений и, соответственно, высокой степенью сопротивления изменениям со стороны части персонала. Управленческая бюрократия, имитируя бурную деятельность, как правило, не принимает в расчет настроения персонала и морально-психологическую атмосферу [7].

Специалист по социологии креативного управления А.М. Салогуб, анализируя проблемы креативного управления в системе социального развития современного российского общества, говорит о возможности понимания креативности в контексте концепции дисфункциональности – функциональности социальных институтов Р. Мертона, а также следуя аналогии ценностно-рационального действия. При этом общей предпосылкой можно считать введение креативности в качестве нормы, способной работать в целях удовлетворения интересов развития. Таким образом, креативное управление является социальным по существу, так как в нем заложена концепция саморазвития личности. Поэтому креативная модель нацеливает на раскрытие потенциала на личностном и групповом уровнях в контексте измерения, исчисления управленческой деятельности по степени выявления креативности [3].

Потенциал креативности управленца тесно связан с повышением действенности государственного управления, реализацией власти с интересами человека и общества, демократизацией политического режима. В этом отношении креативность как взаимосвязанная система творческих методов, действий и решений может способствовать достижению или поддержанию оптимального уровня функционирования и развития управления и представляет собой в идеале реализацию целостного творческого подхода к делу, управленческому персоналу, системе управленческой активности в целом.

Управленческие креативные инновации воплощаются посредством реализации социальных и управленческих технологий, способствующих повышению действенности всей управленческой деятельности.

Согласно подходу С.В. Алиевой, если деятельность отличается наличием новых знаний, приемов, подходов в целях достижения результатов, отличающихся высокой востребованностью, то она выступает как инновационная, а креативное мышление, без всяких ссылок на различные приводящие обстоятельства, способствует нахождению необходимых и адекватных решений [8].

Задачи реализации креативного потенциала управленческого аппарата и, соответственно, повышения эффективности их деятельности способствуют формированию творческой атмосферы, отличающейся конструктивным отношением к новым нетривиальным идеям, уважительным отношением к новациям, моральным и материальным стимулированием носителей креативных идей, изучением и распространением положительного опыта формирования организационных ценностей и корпоративной культуры, базирующейся на креативных основаниях.

Согласно исследованиям А.М. Салогуб, при описании креативного управления наиболее значимым следует признать стремление к избеганию неопределенности в условиях, когда отечественная социологическая мысль, направляя исследовательские усилия на осмысление проблем социального управления, испытывает существенное воздействие сформировавшихся социальных и ментальных практик и, одновременно с этим, тех сложившихся традиций, стандартов, которые позволяют характеризовать потенциал креативного управления в России [3].

Рассмотрение взглядов, сложившихся в социологии управления по поводу осмысления формирования креативности управления, имеет принципиальное методологическое значение, задавая систему координат для понимания общей проблемы исследования.

Таким образом, выявление и сопоставление различных теоретических подходов в освещении креативности управления вписывается в проблемное поле социологической концептуализации и позволяет констатировать, что формирование креативности может выступать одним из факторов повышения эффективности управления.

Литература.

1. Тихонов А.В. Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / отв. ред.
2. А.В. Тихонов. – М.: Канон+ РООИ Реабилитация, 2014. С. 35.
3. Волков Ю.Г. Креативность: творчество против имитации. М.: 2013. С. 29.
4. Салогуб А.М. Креативное управление в системе социального развития российского общества. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2012. – 248 с.
5. Кравчук П.Ф. Творчество, креативность, инновация — взаимосвязь и проявление в культуре // Третий Российский культурологический конгресс с международным участием «Креативность в пространстве традиции и инновации»: Тезисы докладов и сообщений. СПб: ЭЙДОС, 2010. С. 9.
6. Григорьян Э.Р. Социальная креативность и ее общественные предпосылки // Креативность и социальные науки: сб. статей. отв. ред. Э.Р. Григорьян. М.: Институт социальных наук, 2011. С. 6.
7. Веденеева А.Н., Чемерская Т.Г. Управленческая культура государственных и муниципальных служащих как условие эффективности муниципального управления // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 2. Февраль. [электронный ресурс] // URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/02/7678> (дата обращения: 23.02.2017).
8. Алиева С.В. Креативизация государственного управления в условиях российских трансформаций // Международная научно-практическая конференция «Проблемы развития инновационно-креативной экономики» (Санкт-Петербург, 19-20 мая 2009 г.) [эл. версия] URL: <http://www.creativeconomy.ru/>

АУТСОРСИНГ КАК СПОСОБ СНИЖЕНИЯ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК

Е.В. Полицинская, к.пед.н., А.В. Сушко, ассистент

Томский политехнический университет

652050, г. Юрга, ул. Ленинградская 26, тел. (3822)7-77-62

E-mail: katu@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются трансакционные издержки предприятия, их виды и способы снижения. *Аутсорсинг* является одним из способов оптимизации всех процессов на предприятии, в том числе позволяет снизить трансакционные издержки.

В современных условиях в экономике наблюдается рост конкуренции на рынке, которая сопровождается усилением неопределенности со стороны внешней среды. Предпринимателям для того чтоб выдерживать натиск конкурентной борьбы необходимо вбирать такую стратегию и принимать такие управленческие решения, которые смогут подстроиться под современные условия развития рынка. Все это вызывает необходимость учета такого фактора как трансакционные издержки, а также степени их влияния на производственный процесс [1].