

Джерела та література

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізм забезпечення) : монографія / О. І. Барановський. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 759 с.
2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью / И. А. Бланк. – К. : Изд-во «Ника-центр», Эльга, 2004. – 784 с.
3. Жабинець О. Й. Фінансова безпека страхового ринку України / О. Й. Жабинець, Н. І. Вакиряк // Збірник науково-технічних праць. Економіка, планування і управління в галузі. Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.4. – С. 233–236.
4. Каркавчук В. Економетричне моделювання динаміки рівня фінансової безпеки підприємств / В. Каркавчук // Вісник Львівського університету. Серія : Економіка. – 2008. – Вип. 40. – С. 121–125.
5. Куцик В. І. Фінансова безпека підприємства як самостійний об'єкт управління: проблеми забезпечення / В. І. Куцик, А. І. Бартиш // Збірник науково-технічних праць. Економіка, планування і управління в галузі. Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.4. – С. 250–254.
6. Основы банковской деятельности / [под. ред. К. Р. Тагирбекова]. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 720 с.
7. Папехин Р. С. Факторы финансовой устойчивости и безопасности предприятия : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.10 / Р. С. Папехин. – Волгоград, 2007. – 176 с.
8. Реверчук Н. Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур : монографія / Н. Й. Реверчук. – Львів : ЛБІ НБУ, 2004. – 195 с.
9. Чупіс А.В. Фінансова безпека сільськогосподарських підприємств / А. В. Чупіс // Вісник Сумського аграрного університету. – Серія «Фінанси і кредит». – 2009. – № 2. – С. 44–48.

Стащук Елена. *Теоретические аспекты финансовой безопасности акционерных обществ.* Проведен критический обзор подходов отечественных и зарубежных ученых и практиков к пониманию понятия «финансовая безопасность акционерных обществ». На основе проведенного исследования предложено собственный подход к пониманию понятия «финансовая безопасность акционерных обществ». В статье также определены основные характеристики финансовой безопасности акционерных обществ. В статье затронуты вопросы проблем необходимости обеспечения финансовой безопасности на предприятиях, а также сформулированы основные ее функции.

Ключевые слова: акционерные общества, финансовая безопасность, показатели-индикаторы финансовой безопасности, характеристики финансовой безопасности, функции финансовой безопасности акционерных обществ; финансовая безопасность сельскохозяйственных обществ; финансовая безопасность страхового рынка; финансовая безопасность банковских учреждений.

Stashchuk Olena. *Theoretical Aspects of Financial Security of Join-stock Companies.* The author made a critical review of approaches of the scientists for understanding the concepts of «financial security of join-stock companies». Based on the results of the study author made own proposals for understanding the concept of join-stock enterprises' financial security. Also in the article defined main characteristics of financial security of join-stock enterprises. In the article are raised the problems of necessity of researching of the financial security of join-stock companies and its functions.

Key words: join-stock companies, financial security, indicators of financial security, functions of financial security.

УДК 658:334.758.4

Катерина Білецька – доцент кафедри менеджменту,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки

Сучасний стан розвитку креативності в холдингових структурах: проблеми й перспективи

У статті досліджено креативність як важливий ресурс розвитку холдингу. Проаналізовано залежність креативності від творчості й творчого потенціалу персоналу, розкрито зміст креативного акту та його послідовність, а також описано параметри креативності, сформовано основні напрями активізації креативності в компанії.

Ключові слова: креативність, творчість, творчий потенціал, холдингові структури.

Постановка наукової проблеми та її значення. У сучасному економічному просторі зростає потреба в підприємцях і менеджерах відповідного рівня з нестандартним мисленням, здатних орієнтуватися в інформації, що швидко накопичується, у соціально-економічних, політичних умовах, які змінюються, готових проявляти творчий підхід під час оцінки ситуації на ринку й пошуку оптимальних рішень. Інноваційні процеси у виробничо-господарській діяльності підприємств засновані на особистісно орієнтованому підході. У менеджменті персоналу важливе місце відведено проблемам формування творчої особистості, звідси – велика увага до дослідження креативності як однієї із загальних здібностей людини, до умов і можливостей її формування, зокрема під час підготовки майбутніх фахівців із менеджменту до їхньої професійної діяльності, самореалізації й саморозвитку. Особливу актуальність креативний підхід до діяльності набирає в холдингових структурах, урахувуючи складність і багатогранність їхньої діяльності.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Враховуючи важливість розвитку креативності у всіх сферах господарської діяльності, і холдингах зокрема, цією тематикою займалася низка як вітчизняних, так і зарубіжних науковців.

Проблеми креативності розкрито в працях таких вітчизняних психологів і соціологів, які зробили значний внесок у менеджмент, як Я. А. Пономарьов, Д. Б. Богоявленська, Р. М. Грановська, У. М. Дружинін, Л. Б. Єрмолаєва-Томіна, У. М. Козленко та ін., а також зарубіжних науковців Дж. Гілфорд, Є. Торранс, Д. Тейлор, М. Боден, Еге. Де Боно та ін.). Питаннями мотиваційного компонента креативної особистості займалися Д. Б. Богоявленська, М. У. Купріна, А. Маслоу.

Крім того, креативності саме в прийнятті управлінських рішень приділяли увагу такі провідні вітчизняні та іноземні вчені, як Г. І. Ванюріхін, А. Д. Двоскін, О. Є. Кузьмін, А. Ю. Манюшис, А. Патюрель, І. І. Свидрук, В. Д. Смольянінов, В. К. Тарасов, Д. Ю. Хомутський, А. В. Шевирев. Серед закордонних дослідників креативності в управлінні – Алан Дж. Роу, Едуард де Боно, Майкл Мікалко, Роберт Ділтс.

Проте потребує більш глибокого аналізу й розширення бачення застосування креативності в комерційній сфері, поєднання зусиль учених різних сфер наукових досліджень і їх уніфікації для використання їхніх досягнень в економіці та, зокрема, у таких комерційних структурах, як холдинги.

Мета й завдання статті. Мета дослідження – виявлення закономірностей розвитку креативності в холдингових структурах. Для реалізації мети сформульовано такі **завдання**, як питання практичного застосування в бізнесі креативності, аналіз наявних підходів до вивчення креативної особистості й розвитку креативних здібностей у менеджерів холдингових структур.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. В умовах фінансової кризи зростає роль холдингових об'єднань, оскільки вони мають низку переваг, порівняно зі звичайними корпораціями. Створені на сьогодні в Україні за ініціативою держави холдинги важко віднести до одного з тих видів, які ефективно функціонують за кордоном. Це пояснюється тим, що при їх створенні за мету ставиться збереження раніше існуючих об'єднань підприємств. Крім того, у нашій державі ринок цінних паперів ще продовжує формуватися й розвиватися. Тому менеджери холдингів повинні значну увагу приділяти вдосконаленню організації та управління в холдингових об'єднаннях України.

Управління в холдингу може бути ефективним тільки в тому випадку, якщо існує реально діюча система менеджменту, що спроможна розв'язувати майбутні завдання холдингу за будь-яких умов; і якщо така система здійснює управління організацією, то її можна розглядати як спеціалізовану систему управління.

Людський фактор у діяльності організації – основний генератор креативних ідей. У будь-якій організації саме люди – персонал організації – створюють продукт, формують культуру організації, її внутрішній клімат. Менеджери займаються формуванням персоналу, установлюють систему відносин між ними, включають їх у процес спільної роботи, сприяють їхньому розвитку, навчанню та просуванню по службі.

Виклик часу, пов'язаний із високим попитом на творчість, обумовлює зростання вимог до суб'єктів господарської діяльності в плані обов'язковості творчого підходу, креативності; запитів на креативні рішення; отримання прибутку за рахунок нових ідей і реалізації нових товарів.

Розглянемо деякі методологічні аспекти дослідження проблем креативності, які мають усвідомлювати менеджери холдингових структур.

На думку Г. І. Ванюріхіна, сучасний «креатив» пов'язується, по-перше, із процесами творчої діяльності, спрямованої на створення об'єктивно або суб'єктивно нового продукту; по-друге, із процесами, що мають свої певні стадії (задум, осмислення, інсайт, безпосередньо продукт). Більш розширений зміст креативності подано в роботі Р. Халліма. Він зводиться до взаємозв'язаної сукупності таких характеристик і властивостей, як:

- форма мислення, що виходить за межі звичайного логічного мислення й відкриває нові можливості результативних дій;
- поява нових сприйнять, обумовлених новизною ідей і нових способів їх реалізації;
- можливість перекладу ідей і знань у нову форму результату (продукту), що є новою формою відповіді на нові виклики й поставлені проблеми;
- здатність знаходити нові зв'язки та збагачувати досвід новими ідеями, новими намірами й ін.;
- підвищення упевненості та готовності до розв'язання проблем перетворення дійсності [2].

Основа успіху в ситуації виконання творчих завдань – високорозвинена здатність здійснювати певні маніпуляції з поняттями, образами, ідеями у свідомості, де найголовнішим компонентом психологічного механізму поведінки людини є високий розвиток внутрішнього плану дій особистості. Я. Пономарьов поділяє здібності на загальні та окремі (спеціальні) й відзначає, що загальні здібності пов'язані зі здатністю людини діяти у «внутрішньому плані». Для всіх здібностей великого значення набуває рівень інтелектуально-мотиваційного розвитку особистості. Лише людина з розвинутою загальною здібністю здатна на високу творчу діяльність. Продукт творчості постає як побічний результат мислення, спрямованого на розв'язання проблемних ситуацій чи завдань [8].

О. Яковлева вивчає креативність як властивість особистості. Вона, зокрема, відзначає, що креативність – це не певний набір особистісних рис, а реалізація людиною власної індивідуальності. Тому творчий процес і є проявом цієї індивідуальності. Характеристики креативності процесуальні, оскільки не передбачають наявності матеріального чи ідеального продукту. Креативність розкривається в процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії й завжди адресується іншій людині. Отже, креативність – це презентація своєї індивідуальності іншому [6].

В. Моляко досліджує формування, становлення та розвиток творчої обдарованості в технічній діяльності. На його думку, здібності слід розглядати у зв'язку з творчим потенціалом людини. Творча обдарованість є статичною підсистемою, а вміння та навички – це динамічні показники, що формуються на основі обдарованості. Обдарованість регулює й стимулює творчу діяльність, сприяє розв'язанню особистістю проблем, пов'язаних із пристосуванням до ситуації, інших людей та до себе самої. Обдарованість завжди пов'язана з творчістю. Якщо ж людина володіє високими творчими здібностями, то її діяльність більш оригінальна [8].

Творчий потенціал особистості – певне ядро його внутрішніх сил, що допомагають йому самореалізуватися. Частина якостей, які обумовлюють його потенціал, формується генетично, частина – у період дитячого розвитку, а інший компонент з'являється в різні періоди людської життєдіяльності.

Так, генетично закладається пам'ять людини, гострота його мислення, його фізичні дані й темперамент. Умови розвитку творчого потенціалу особистості закладаються ще з дитячих років, але під впливом життєвих умов певні якості та психологічні особливості посилюються або послаблюються, змінюються в кращу чи гіршу сторону.

Прийнято вважати, що структура творчого потенціалу особистості залежить від діяльності людини й описується п'ятьма основними потенціалами: комунікативним, аксіологічними, гносеологічним, творчим, художнім потенціалом.

Комунікативний потенціал особистості – це характеристика можливостей людини, які визначають якість її спілкування. Він уключає разом із компетентністю в спілкуванні ще два складники: комунікативні властивості особистості, які характеризують розвиток потреби в спілкуванні, ставлення до способу спілкування та комунікативні здібності – здатність володіти ініціативою в спілкуванні, проявити активність, емоційно відгукуватися на стан партнерів спілкування, сформулювати й реалізувати власну індивідуальну програму спілкування, здатність до самостимуляції та до взаємної стимуляції в спілкуванні.

Аксіологічний потенціал особистості визначається набутою нею в процесі соціалізації системою ціннісних орієнтацій у моральній, політичній, релігійній, естетичній сферах, тобто її ідеалами, життєвими цілями, переконаннями й прагненнями. Тут ідеться про єдність психологічних й ідеологічних моментів, свідомості та самосвідомості, яка виробляється за допомогою емоційно-вольових й інтелектуальних механізмів, розкриваючись у її світовідчутті, світобаченні та прагненні.

Гносеологічний потенціал особистості визначається об'ємом і якістю інформації, якою володіє особистість. Ця інформація складається зі знань про зовнішній світ (природний і соціальний) та самопізнання. Цей потенціал уключає в себе психологічні якості, із якими пов'язана пізнавальна діяльність людини.

Творчий потенціал особистості визначається отриманими нею й самостійно набутими вміннями та навичками, здатністю до дій творчого чи руйнівного, продуктивного або репродуктивного характеру й мірою їх реалізації у тій чи іншій сфері (або декількох сферах) праці, соціально-організаторській і критичній діяльності.

Художній потенціал особистості визначається рівнем, змістом, інтенсивністю її художніх потреб і тим, як вона їх задовольняє. Художня активність особистості розгортається також у творчості – професійній чи самодіяльності, і в «споживанні» творів мистецтва.

Для того, щоб розвинути творчий потенціал, потрібно розвивати такі якості, як ініціативність, здатність рухатися вперед, упевненість у собі, прагнення максимально використовувати можливості, що з'явилися, доводити почату справу до фінального кінця.

Технологія розвитку творчого потенціалу особистості в холдингових структурах уключає такі основні компоненти, як :

- 1) діагностика рівня розвитку творчих здібностей людини;
- 2) мотивація особистості;
- 3) створення умов для успішного розвитку й подальшої реалізації особистісного потенціалу;
- 4) контроль за якістю виконання діяльності;
- 5) перевірка результатів, збіги запланованих та отриманих. Розгляд й аналіз отриманих проблем [1; 2].

В. Дружинін вважає, що креативність – це властивість, яка актуалізується лише тоді, коли це дозволяє середовище. Формування креативності залежить від певних умов, зокрема від того, що не існує: зразка регламентованої поведінки, позитивного зразка творчої поведінки, умов для наслідування творчої поведінки, соціального підкріплення творчої поведінки.

Підвищення креативності більше чи менше порушує рівновагу в системі життєдіяльності особистості. Існують два основні типи індивідуального реагування на порушення рівноваги, пов'язаного з підвищенням креативності: відновлення колишньої системи за допомогою зниження креативності чи набуття нової стійкості без зниження креативності.

Не для всіх людей підвищення креативності є доцільним: для досліджуваних із першого типу реагування воно пов'язане з вираженим емоційним дискомфортом, у той час як піддослідні другого типу відчують більш позитивні емоції.

Зі здатністю до творчості, на думку Я. А. Пономарьова, поєднані дві особистісні якості – інтенсивність пошукової мотивації й чутливість до «побічних» продуктів діяльності. Тобто суть креативності – це інтелектуальна активність і чутливість до побічних продуктів своєї діяльності. Адже творча людина бачить побічні результати, що є витвором нового, а нетворча вбачає лише доцільні результати, проходячи повз новизну.

Творчий потенціал – це «не лише здібність до створення нового в науці або мистецтві, але й нестандартне ставлення до себе, своєї праці, спілкування, взаємодії з іншими людьми, розв'язання різних проблемних ситуацій і взагалі до життя в цілому» [5].

У. А. Петровський для характеристики механізму творчої активності увів принцип надситуативної активності. Він розкриває здатність суб'єкта підніматися над рівнем вимог ситуації, визначати цілі, надлишкові з погляду вихідного завдання, для цього суб'єкт долає зовнішні та внутрішні обмеження («бар'єри») діяльності [3; 6]. Отже, якщо в генерації творчих ідей вирішальна роль належить креативності, то їх сприйняття й матеріалізація пов'язані з проявом когнітивних здібностей особистості. Зазначене положення лежить в основі розуміння механізму зв'язку креативності й когнітивності у творчій діяльності. Число та оригінальність генерованих індивідом ідей свідчить

лише про потенційну креативність; сприйняті й матеріалізовані ідеї характеризують людину як творця.

Деталізований тип моделі творчого процесу – «феноменологічна модель» – зводить креативний акт до шести етапів: постановка проблеми, народження задуму, атака, релаксація, інкубація та інсайт (осяяння). У процесі креативу структура індивідуальної й суспільної свідомості розмежовує область людської психіки на сферу свідомого та несвідомого. Представлений генезис етапів творчого процесу розглянемо в контексті цих категорій (рис. 1).

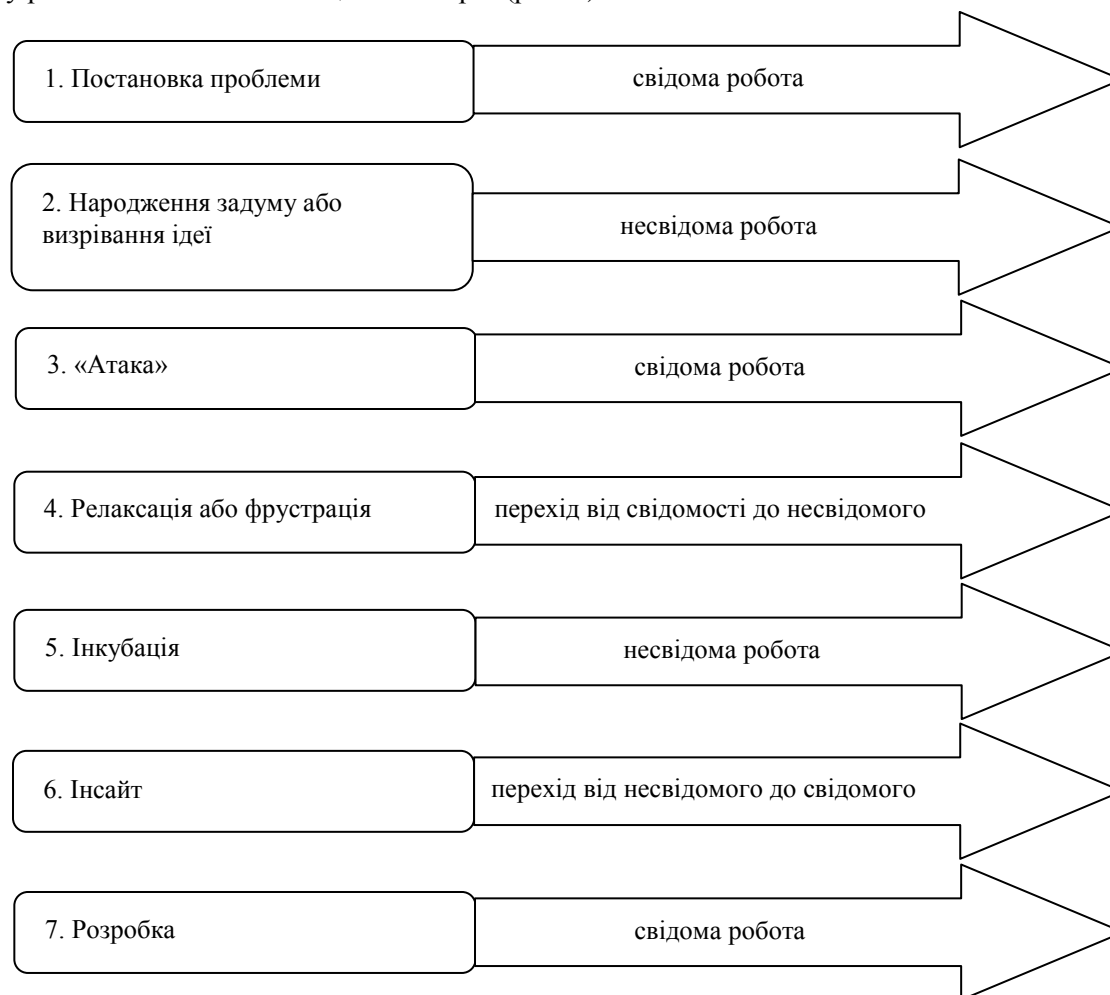


Рис. 1. Етапи творчого процесу

Перший етап – постановка проблеми (свідома робота), особливий діяльний стан як передумова інтуїтивного проблиску нової ідеї. У межах цього етапу виконується аналітична діяльність, відбувається поглиблення, деталізація й прояснення образу проблеми; висуваються гіпотези, формується та посилюється мотивація пошуку рішення, усвідомлення якогось конфлікту в певній галузі. Тут відбувається концентрація уваги на проблемі й максимально задіяна свідомість.

Другий етап – народження задуму або визрівання ідеї (несвідома робота над проблемою). Несвідоме являє собою сукупність психічних процесів, актів і станів, обумовлених впливами, у яких людина не дає собі звіту; це така форма відображення дійсності, при якій утрачається повнота орієнтування в часі й місці дії. Цей етап називається інтуїтивним рішенням, характеризується неусвідомленим способом розв’язання проблеми, оскільки в несвідомому, на відміну від свідомості, неможливий цілеспрямований контроль за діями, неможлива й оцінка їхнього результату.

Третій етап – «атака» – розумова процедура, яка полягає в спробі розв’язати проблему «в лоб», за допомогою перебору варіантів проблемно-пошукового поля (свідома робота). Таких атак може бути декілька, і в кожній із них у процесі відбору кількість бажаних варіантів природним чином скорочується.

Четвертий етап – релаксація, або фрустрація (перехід від свідомості до несвідомого), якщо припинення атаки настає, коли удавана проблема не розв'язується. Цей ключовий етап може протікати по-різному: агресивно, депресивно, раціонально: завдання не кидають, але тимчасово залишають, переключаючись на іншу діяльність. Чим більше у свідомості стереотипів, установок, негативних вірувань, тим важче переноситься фаза фрустрації, як закономірний етап креативного процесу. Саме в процесі фрустрації відбувається реорганізація процесу пошуку нового рішення.

П'ятий етап – інкубація (несвідома робота), коли в результаті несвідомої роботи у сферу свідомості надходить ідея рішення, спочатку в гіпотетичному вигляді, у вигляді принципу, задуму. Це фаза вербалізації інтуїтивного рішення. На попередній стадії людина відчуває, що завдання практично розв'язане, але пояснити, як це зроблено, не може. На фазі інкубації настає перерва у свідомій роботі й використовується енергія підсвідомого. Безсвідоме бере на себе «відповідальність» за розв'язання творчого завдання. Чим продуктивніше проходить етап інкубації, тим швидше настає осяяння або інсайт.

Шостий етап – інсайт – момент надходження у свідомість розв'язання проблеми (перехід від несвідомого до свідомості). Інсайт – інтелектуальне явище, суть якого – у несподіваному розумінні поставленої проблеми й знаходження її розв'язання. Він супроводжується позитивними емоціями, похваленням, часто – ейфорією та виступає актом усвідомлення автором уже знайденого його підсвідомістю рішення. Це кульмінаційна точка креативного процесу, у якій виявляються результати пролонгованої підготовки, своєчасного переходу зі стану фрустрації до виношування ідеї. Усвідомлення факту рішення відбувається несподівано, виникає завдяки тому, що виявляється задоволеною потреба, що досягла до цього часу найбільшої напруги. Тому рішення й знаходять як таке, що незрозуміло звідки взялося, мимовільне, як осяяння.

Низка дослідників окремо виділяють сьомий етап – етап перевірки рішення на адекватність й ефективність. Сьомий етап – розробка – розвиток ідеї, її остаточне оформлення та перевірка (свідома робота). Завершальний етап творчого процесу пов'язаний із постановкою й розв'язанням спеціального завдання – додання знайденому рішенню остаточної, логічно завершеної форми. Мета цього етапу – перевірка істинності інсайту, де логічними засобами виконується перевірка реальності втілення виробленої ідеї.

Отже, можемо стверджувати, що несвідоме й свідоме, інтуїтивне та розсудливе в процесі творчості доповнюють один одного і творчий процес є синтезом свідомої й несвідомої діяльностей, що існують певні закони та закономірності творчої діяльності.

У мисленні креативних особистостей переважають, такі складові частини креативності, як швидкість, гнучкість й оригінальність. На креативність сприятливо діють такі чинники, як радість, пристрасність, приплив емоцій, прагнення до домінування, ризику, потяг до незалежності, порушення порядку, зняття страху, фрустрації. Креативність – одна з провідних життєвих потреб особистості перетворення дійсності [8].

Один із головних чинників креативності – мотивація. Тому до творчості здатний усякий, хто не готовий використовувати ресурси, необхідні для цього. Творчість розглядають як один із видів захопленості. Це – досвід, що дає відчуття радості й щастя. Однією з перешкод на шляху до творчості є відчуття тривоги та загрози. Важко бути творчим, коли твоє життя наражається на небезпеку.

Дж. Гілфорд виділив шість параметрів креативності:

- 1) спроможність до виявлення й постановки проблем;
- 2) спроможність до генерування значної частини ідей;
- 3) гнучкість – спроможність до продукування різних ідей;
- 4) оригінальність – здатність відповідати нестандартно;
- 5) спроможність удосконалити об'єкт, додаючи деталі;
- 6) здатність розв'язувати проблеми, тобто до аналізу досягнень і синтезу [3].

Накопичені матеріали свідчать про підвищення наукової продуктивності за умов, коли організаційний клімат забезпечує фізичну підтримку креативних дій і заохочує їх незалежність. Це та інші результати досліджень доводять те, що підтримка й визнання креативних починань, особливо на перших етапах реалізації проекту, сприяє інноваціям. Багато даних підтверджують, що ліквідація чинників, що перешкоджають творчим проявам, наприклад невиправданої прихильності звичкам і

започаткованим традиціям, та навіть заохочення творчого досвіду може перетворити на креативну особистість практично будь-яку людину.

До особистісних особливостей, що пов'язані з креативністю, відносять інтелектуальні та художні здібності, широту інтересів, перевагу складності, енергійність, захопленість роботою й зацікавленість у досягненні результатів (мотив успіху), незалежність суджень, автономію, упевненість у собі, толерантність невизначеності, готовність розв'язати конфлікт, креативний Я-образ, відкритість новому досвіду й новим точкам зору [1; 4].

У підсумку створення політики креативізму в холдинговій компанії передбачає роботу менеджерів за такими напрямками: розвиток установки на творчість; ослаблення жорсткості стереотипів; уміння створювати креативне середовище й керувати творчим процесом; підвищення гнучкості, оригінальності, швидкості мислення; більш повне та точне уявлення про себе як про особистість; збільшення толерантності (стійкості) до невизначеності; підвищення самооцінки, наполегливості й упевненості в собі.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Креативність стає важливим ресурсом розвитку холдингу й, відповідно, збільшується необхідність в управлінні ним. Щоб розвинути креативність персоналу холдингу, потрібно запроваджувати систему заходів, які сприятимуть і мотивуватимуть креативність у діяльності колективу працюючих в організації. Зокрема, у межах розвитку персоналу варто впроваджувати систему тренінгів із розвитку креативності, створювати всі необхідні умови для реалізації цікавих пропозицій та інновацій, налагодити механізм ефективної взаємодії керівництва й креативних команд, стимулювати формування нових, більш гнучких організаційних систем управління, активно впроваджувати мотиваційний механізм розвитку креативності.

Джерела та література

1. Горбунов А. Р. Дочерние компании, филиалы, холдинги / А. Р. Горбунов. – М. : Изд-во «Глобус», 2002. – 320 с.
2. Гузева Е. М. Исследование организационного поведения с помощью экспертных оценок с целью выбора направлений повышения креативности персонала / Е. М. Гузева // Известия Волгоградского педагогического университета – 2011. – Т. 57, № 3. – С. 112–115.
3. Креативний менеджмент : навч. посіб. / О. Є Кузьмін, С. В. Князь, І. В. Литвин, Д. К. Зінкевич. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. – 124 с.
4. Мазур А. Г. Механізм управління холдинговою компанією / А. Г. Мазур, Я. В. Гонтарук, І. Я. Клибанівська // Збірник наукових праць ВНАУ – 2012. – № 2 (64). – С. 60–65.
5. Мартинюк І. О. Творчий потенціал і самореалізація особистості / І. О. Мартинюк // Психологія і педагогіка життєтворчості. – К., 1996. – 792 с.
6. Олау Ю. Ю. Поняття «креативність» у системі підготовки майбутніх економістів в умовах ВНЗ / Ю. Ю. Олау // Педагогіка вищої та середньої школи. – 2012. – Вип. 35. – С. 41–49.
7. Продіус О. І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління | О. І. Продіус // Економіка: реалії часу – 2012. – № 3–4(4–5). – С. 67–72.
8. Коваленко Т. М. Творчість і креативність – риси майбутніх фахівців у вищій економічній освіті / Т. М. Коваленко // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка : зб. наук. пр. – 2009. – № 3(27). – Ч. 2. – С. 35–41.

Билецкая Катерина. Современное состояние развития креативности в холдинговых структурах: проблемы и перспективы. В статье исследована креативность как важный ресурс развития холдинга. Проанализирована ее зависимость от творчества и творческого потенциала персонала, раскрыты содержание креативного акта и его последовательность, а также описаны параметры креативности, сформированы основные направления ее активизации в компании.

Также рассмотрены методологические аспекты анализа креативности в холдинговых структурах и ключевые факторы успеха решения творческих заданий, создания креатива и принятия креативных решений.

Выявлено, что при культивировании креативности в организации необходим индивидуальный, а не коллективный подход, так как существует два различных типа реакции людей на креативные процессы.

Рассмотрены основные характеристики креативных личностей и роль их мотивации в развитии креативности на предприятии.

Обоснованы направления работы менеджеров холдинговой компании для формирования политики креативизма.

Ключевые слова: креативность, творчество, творческий потенциал, холдинговые структуры.

Biletska Katerina. The Present of Creativeness Development in Holding Structures Problems and Perspectives.

Creativeness as an important resource of the holding development is investigated in this article. The dependence of creativeness from creative work and personal creative potential is analyzed; the content of creative act and its succession are shown; and parameters of creativeness are described too; the basic trends of creativeness activization in company are formed.

Methodological aspects of creativeness analysis in holding structures and key factors of successful creative tasks decision, making the creation and acceptance of creative decisions are also investigated. It is shown that it is necessary individual but not collective approach while creativeness cultivation in the organization as two different types of people's reaction concerning creative processes exist.

Main descriptions of creative personalities and the part of their motivation in the creativeness development at the enterprise are examined. Trend of holding company managers' work for the formation of creativism policy are founded.

Key words: creativeness, creative work, creative potential, holding structures.