

Абрамов Егор Геннадьевич

канд. экон. наук, генеральный директор издательского центра РАИМП
abramov@creativeconomy.ru

ТВОРЧЕСТВО В БИЗНЕСЕ И ИСКУССТВЕ

принципы управления творческим процессом
в коллективе коммерческой фирмы

Аннотация

В статье рассмотрены принципы управления творческим процессом с позиций понимания различий творчества в бизнесе и в искусстве. Приведены критерии разграничения данных понятий. Сформулированы практические рекомендации для эффективной организации творческой работы в коммерческих компаниях как для руководителей, так и для исполнителей.

Ключевые слова: творчество в бизнесе, творческая энергия, творчество в предпринимательстве

На страницах журнала «Креативная экономика» большое внимание уделяется вопросам творческого подхода к решению бизнес-задач, управления творческим процессом, оценки и использования результатов интеллектуального труда. Однако значительная часть противоречий при исследовании данных вопросов вызвана неоднозначным пониманием сути творческого процесса и разных аспектов творчества в различных его видах. В данном исследовании сделана попытка проанализировать основные аспекты творчества в бизнесе и привести рекомендации по управлению творческим процессом.

Цели творчества

О творчестве можно говорить при наличии творца, определяющего смысл,

цели, ценностные ориентиры своих действий. Творчество — деятельность, порождающая новые ценности, идеи, самого человека как творца (2). То есть субъектом творчества всегда выступает человек, а объектом — творческий процесс, который должен быть направлен на достижение того или иного результата, не существовавшего ранее.

И именно здесь стоит обозначить одну из граней, разделяющих два вида творчества: творчество в бизнесе и в искусстве. Эта грань должна разделить два вида творчества по их конечной цели. Цель творчества в искусстве находится внутри творца, цель творчества в бизнесе — во внешней среде (рис. 1).

Целью творчества в искусстве является внутренняя удовлетворенность творца результатом своих творческих действий.

Целью творчества в бизнесе всегда является какой-либо рыночный результат.

Именно этот факт следует принимать во внимание при организации творческого процесса и контроле над его результатами (табл. 1).

Пояснить эти утверждения проще на примерах из практики.

Пример.

Когда художник пишет картину в рамках своего хобби, то оценивать результат своей работы он будет в итоге по своей собственной удовлетворенности. Наверняка, покажет ее родным и друзьям, но окончательное решение останется за ним – гордиться этой картиной или выбросить испорченный холст. Цель творчества здесь находится внутри творца, критерий – это его удовлетворенность результатом, то есть актом самореализации.

Но в случае, когда художник должен написать картину на заказ, целью

цель творчества в искусстве находится внутри творца,

цель творчества в бизнесе – во внешней среде

будет удовлетворенность не самого художника, а заказчика. Картина должна будет отвечать всем поставленным в техническом задании требованиям. А в итоге результатом для художника будет оплата за выполнение заказа (финансовая или нематериальная). Именно заказчик будет принимать решение о том, выполнена ли работа, и если результат не будет соответствовать поставленному заданию, то заказчик может просто не заплатить за ненужную работу. Множество таких примеров можно привести в различных креативных отраслях, таких как дизайн, реклама, индустрия развлечений и т.п. Как нами было показано ранее, объек-

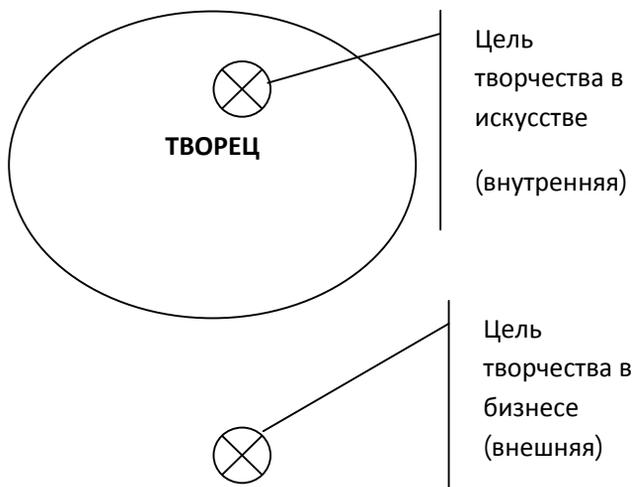


Рис. 1. Внутренняя и внешняя цели творчества

Критерии разграничения творчества в искусстве и в бизнесе

Критерий	Творчество в искусстве	Творчество в бизнесе
Цель творчества	Внутренняя	Внешняя
Критерий достижения цели	Удовлетворенность результатом	Соответствие формализованным характеристикам
Время для достижения цели	Время не ограничено	Время ограничено
Результат	Самореализация	Финансовый

тивные критерии являются неотъемлемой частью договора между организациями на выполнение работ или оказание услуг, связанных с творчеством (2). Тем не менее, при организации творческого процесса в коллективе коммерческой фирмы зачастую забывается этот основной принцип. Отсюда следует, что когда творчество является внутренней потребностью (целью) человека и не ограничено временными рамками, оно не может быть охарактеризовано рыночными показателями. Если же творчество является откликом на запросы потенциальных потребителей (внешняя цель) и ограничено временными рамками, оно отвечает всем рыночным требованиям.

Задача руководителя в данном случае – четко обозначить цели творческого процесса, то есть описать

одним из обязательных
объективных критериев
является время
выполнения задания,
которое определяет
конкурентоспособность
результата

результат с учетом критериев, приведенных в табл. 1. Это может быть общий доход от проекта, технический уровень промышленного образца для инженеров, список показателей для нового отчета у финансовых работников и т.д.

Принципы оценки творческого вклада

Одним из обязательных объективных критериев должно стать время выполнения задания, которое определяет конкурентоспособность результата. В общем виде данный результат может быть оценен по уровню творческой энергии, определяемой как N / t , то есть отношением уровня новизны к затраченному времени (3, С. 151).

Задачей исполнителя также будет уточнение этих критериев и четкое следование им при выполнении творческой работы. То есть данный подход позволяет вписать использование творческого труда в простейшую систему менеджмента в части планирования и контроля.

Игнорирование этого принципа часто приводит к превращению творчества в бизнесе в искусство, когда сотрудник выполняет творческую работу без учета объективных критериев. Сотрудник, как только он понимает, что выполняет творческую работу, стремится сделать ее так, чтобы он был

доволен своей работой. То есть, когда у того или иного сотрудника внутренняя цель превалирует над внешней процесс организации творческой работы становится неуправляемым, увеличивается количество трудовых конфликтов, эффективность работы команды снижается вследствие того, что усилия всех участников направлены в разные стороны.

При этом ограничение свободы в творчестве может привести к некоторому снижению уровня творческой энергии специалиста, но заданные рамки позволяют сфокусировать его усилия для более эффективного достижения итоговой цели (4).

Сегодня отсутствие четко сформулированной цели творчества является основной проблемой при оценке творческого вклада, который оценить довольно трудно. Однозначно оценить можно только результат творческого труда. Однако это не исключает возможности использования творчества как искусства в коммерческих целях.

При этом необходимо помнить, что свободное творчество является потребностью любого человека и оно тем более всегда необходимо в жизни творческого сотрудника. Результат такого труда позволяет найти ответы на еще не сформулированные вопросы. Но следует помнить, что в таком случае процесс творчества становится принципиально неуправляемым и не может быть оценен заранее.

Выводы

Для управления творческим процессом, прежде всего, необходимо понимать его цели, то есть будет ли это искусством или же бизнесом. Непонимание разницы в этих подходах может привести к попыткам

отсутствия четко
сформулированной цели
творчества является
основной проблемой
при оценке творческого
вклада

управлять неуправляемым. При этом эффективная оценка творческого вклада возможна по его планируемому результату. А объективная формулировка такого результата, заложенная в техническом задании, является неотъемлемым аспектом творчества в бизнесе. Без выполнения этого условия оценка творчества также будет попыткой оценить неопценное.

Не менее важными являются профессиональные качества как заказчика, так и исполнителя в их стремлении формулировать объективные критерии результата творческого труда. Только при взаимном понимании важности такого стремления возможно взаимовыгодное сотрудничество в области творческой деятельности как в бизнесе, так и в искусстве.

свободное творчество
является потребностью
любого человека

и оно тем более необходимо
в жизни творческого
сотрудника

Литература

1. Новая философская энциклопедия: В 4 тт. М.: Мысль. Под редакцией В. С. Стёпина. 2001.
2. Мельников О.Н., Абрамов Е.Г. Как организовать учет интеллектуально-креативного капитала инновационно-активных организаций // Креативная экономика. — 2008. — № 1 (13). — с. 52-55. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/3147/>
3. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – 2-е издание, перераб. и дополн. – М.: Издательство «Креативная экономика», 2010. – 384 с.: ил.
4. Голяс С.В., Мельников О.Н. Творческая энергия как фактор, определяющий динамику производительного труда // Российское предпринимательство. — 2009. — № 3 Вып. 2 (131). — с. 4-10. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/6495/>

КЭ

Egor G. Abramov

Cand. of Econ. Sci., General Director of RAINP Publishing Center

Principles of Creative Processes Management in Commercial Company Staff

Abstract

Article considers principles of creative processes management taking into consideration differences of notion "creativity" in business and art. Criterias of differentiation of this notion are provided. Practical recommendations for effective organization of creative work in commercial companies are represented as for chief managers, so for executors.

Keywords: creativity in business, creative energy, creativity in entrepreneurship