

ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КОУЧИНГУ ЛІДЕРСТВА В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТАХ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF LEADERSHIP COACHING IN INNOVATIVE PROJECTS THROUGH CREATIVE MANAGEMENT

УДК 334.021

Свінцицька О.М.

к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Житомирський державний технологічний університет

Богоявленська Ю.В.

к.е.н., доцент, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці
Житомирський державний технологічний університет

У статті проведено дослідження теоретичних і практичних аспектів коучингу лідерства в інноваційних проектах на засадах креативного управління як важливого складника успішної реалізації стратегії адаптації до ринкових перетворень. Застосування креативного управління у практичній діяльності підприємств та організацій пов'язане зі змінами методів конкурентної боротьби, в основу яких покладено нововведення, нестандартний підхід до управління проектами та командами, що мають справу з інноваціями будь-якого характеру: техніко-технологічними, організаційними, продуктовими тощо.

Ключові слова: креативне управління, інновація, креативний розвиток, креативний проект, коучинг, лідерство.

В статье проведено исследование теоретических и практических аспектов коучинга лидерства в инновационных проектах на основе креативного управления как важной составляющей успешной реализации стратегии адаптации к рыночным преобразованиям. Применение креативного управления в практической деятельности предприятий и организаций связано с изменениями

методов конкурентной борьбы, в основу которых положены нововведения, нестандартный подход к управлению проектами и командами, имеющими дело с инновациями любого характера: технико-технологическими, организационными, продуктовыми и тому подобное.

Ключевые слова: креативное управление, инновация, креативное развитие, креативный проект, коучинг, лидерство.

The article analyses theoretical and practical aspects of leadership coaching in innovative projects through creative management as an important component of the successful implementation of the strategy's adaptation to market transformations. The application of creative management in the practical activity of enterprises and organizations associated with changes in methods of competitiveness on the basis of new vision, and non-standard approach in projects and teams management, which deals with innovations of any nature: technical and technological, organizational, products, etc.

Key words: creative management, innovation, creative development, creative project, coaching, leadership.

Постановка проблеми. Стрімкі темпи науково-технічного прогресу та загострення конкуренції на сучасному глобалізованому ринку визначають безумовну пріоритетність інноваційного шляху розвитку економіки країн, галузей та окремих підприємств. Інвестуючи капітал у розвиток інноваційних проектів і програм креативних галузей, економіка країни підвищує власний творчий потенціал, загальний рівень культури і, як наслідок, отримує прибуток завдяки створенню та використанню інтелектуальної власності.

У контексті економічних перетворень, що спостерігаються в Україні останніми роками, застосування інновацій і креативного управління є перспективним і дієвим способом для виживання та подолання недоліків підприємництва, підвищення ефективності процесу генерації нових знань і пошуку нових рішень для досягнення успіху підприємств. Креативне управління дає змогу знаходити нестандартні шляхи вирішення складних завдань, перетворювати ідеї на джерело прибутку, втілювати в життя найсміливіші плани та проекти, управляти майбутнім бізнесом.

З огляду на актуальність даних питань, у статті обґрунтовується доцільність коучингу в креативному управлінні інноваційними проектами, що стимулює зростання ефективності та конкурентоспроможності підприємств в епоху економіки знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Опрацювання літературних джерел свідчить, що в наукових працях проблема креативного управління проектами із застосуванням коучингу є малодослідженою. Певний науковий внесок у цьому напрямі зроблено в зарубіжних працях Майкла Р. Джея, Мерилін Аткинсон, Роберта Ділтса та ін. У роботах цих авторів розглядаються приклади та моделі коучингової взаємодії. Питання креативного управління розкриті як у працях закордонних фахівців, так і вітчизняних, однак мало вивчені у сфері управління проектами. Серед вітчизняних науковців варто виділи таких авторів, як: Т.В. Божидарнік, Н.М. Василик, В.П. Окорський, А.М. Валюх, І.І. Свидрук, Ю.М. Мельник, О.В. Кулініч, О.І. Кліпкова та ін. Дослідження теоретичних і практичних аспектів коучингу інноваційних проектів на засадах креативного управління потребує більш глибокого аналізу та обґрунтування.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів коучингу лідерства в інноваційних проектах на засадах креативного управління як важливого складника успішної реалізації стратегії адаптації до ринкових перетворень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосування креативного управління у практичній діяльності підприємств та організацій пов'язане зі змінами методів конкурентної боротьби, в основу

яких покладено нововведення, нестандартний підхід до управління проектами та колективами працівників, що мають справу з інноваціями будь-якого характеру: техніко-технологічними, організаційними, асортименту виробів, послуг тощо [5].

Креативне управління підвищує вірогідність виникнення нових креативних ідей, які можуть матеріалізуватися в інноваційних продуктах, перетворює творчі здібності працівників на конкурентний актив, здатний забезпечити високий рівень ефективності, ринкові переваги і стійкий розвиток підприємства. Тому формування компетентності менеджерів з управління креативністю стає першочерговим завданням для багатьох організацій.

Термін «креативність» уперше ввів в 1922 р. Д. Сімпсон. Він розумів під креативністю здатність людини відмовлятися від стереотипних способів мислення. Відомий англійський учений К. Спірмен також вважається одним з основоположників школи креативного управління, який сформулював креативність як силу людського розуму, яка створює новий зміст шляхом зміни і створення нових зв'язків.

Сьогодні існує багато підходів до визначення природи креативності. Деякі визначення креативності було сформульовано в термінах продукту, результату діяльності, інші – в термінах процесу, особистісних властивостей або необхідних зовнішніх умов. Креативність часто розглядають як дещо протилежне конформності, буденності, що передбачає нестандартні підходи на відміну від загальноприйнятих.

Незважаючи на полярні погляди, практично в усіх визначеннях креативність пов'язується з винаходом чогось нового (для особи чи для суспільства) [8], тому під креативністю будемо розуміти творчий підхід (проекування) нових властивостей об'єкта з наявних елементів (властивостей, відносин). На особистому рівні творче ставлення необхідне менеджеру в процесі управління, спеціалісту – під час розв'язання питань згідно з власними обов'язками. На суспільному рівні креативність – це вияв нових напрямів у мистецтві, наукових відкриттях і соціальних програмах [11].

З огляду на зазначені властивості та критерії, продуктами творчості та креативності можуть бути: відкриття, винаходи, художні твори, стилі, погляди, ідеї, унікальні досягнення у сфері науки, техніки та бізнесу, що за своєю суттю схожі, а різниця полягає у засобах проникнення у природу. Для прискорення темпів реалізації таких продуктів необхідні дієві інструменти та технології їх трансферу в інноваційні проекти та креативні галузі економіки. Потреба в реалізації проектів виникає тоді, коли окрема ситуація не задовольняє інтереси певного кола осіб, власників та акціонерів підприємств, жителів громади або її певної частини, які прагнуть її змінити в умовах обмеженості ресурсів [9].

Особливістю реалізації проектів у публічній сфері є розв'язання суспільних проблем, які формалізовані (описані) у відповідних документах: державних та регіональних програмах, концепціях або стратегіях у формі стратегічних пріоритетів чи завдань [9].

Бізнес-проекти ставлять за мету підвищити ефективність бізнесу або стимулювати його розвиток в умовах обмежених ресурсів. Пріоритетного значення набувають бізнес-проекти інноваційної спрямованості, які є ефективним засобом донесення нової ідеї, розроблення проекту до осіб, спроможних їх фінансувати. Водночас він є основою для оцінки перспективи розвитку та управління новим бізнесом – стартапом. Стартап виступає найсучаснішою та найперспективнішою формою ведення бізнесу в Україні. Стартап, або стартап-компанія (від англ. Start-up – запускати), – компанія з короткою історією операційної діяльності. Стартапом вважається проект, що швидко розвивається у певній галузі економіки та стимулює розвиток креативних індустрій. Під креативними індустріями розуміють сукупність поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності).

Сприянням трансферу знань та інновацій у креативні проекти займаються спільні центри досліджень і розвитку, програми технічної допомоги, офіси трансферу технологій, центри розвитку малого бізнесу, центри розвитку підприємництва в університетах, незалежні центри розвитку підприємництва і бізнесу, галузеві центри підтримки бізнесу, регіональні ради з питань розвитку або агентства економічного розвитку, в яких технологічний складник відіграє помітну роль. Асоціації, ради та інші громадські організації також виступають на підтримку інноваційно-креативного бізнесу [6]. Пріоритетними напрямками розвитку інноваційних проектів і програм є:

- створення науково-дослідних альянсів;
- партнерство навчальних закладів та бізнес-середовища;
- організація бізнес-інкубаторів, технополісів, технопарків та ін.
- створення інформаційно-культурних та туристичних центрів для творчої співпраці об'єднаних громад та населення;
- проведення конференцій, презентацій, круглих столів, виставок творчих та креативних продуктів;
- стимулювання наукової активності молоді та підготовка компетентних фахівців у сфері консалтингу, HR-менеджменту, експертного коучингу;
- вивчення та запровадження досвіду провідних компаній світу щодо використання бізнес-

моделей розвитку творчого потенціалу на основі креативного управління;

– залучення іноземних інвестицій, технологій та експертів у креативні галузі економіки та інноваційне підприємництво;

– стимулювання поширення продуктів інтелектуальної власності в бізнес-середовище через використання у власному виробництві, лізинг, інжиніринг, франчайзинг, промислову кооперацію, видачу ліцензій та ін.

Для розвитку креативного сектора запроваджено багато проектів і програм різного масштабу – від рівня ЮНЕСКО до муніципальних. Підтримка креативного сектора, по суті, зводиться до синхронного розвитку п'ятьох складників:

1) вироблення політик та адвокація, діяльність професійних мереж та асоціацій;

2) зміцнення організаційного потенціалу, зокрема через спеціальну освіту та навчання впродовж життя;

3) робота інкубаторів та акселераторів;

4) створення кластерів і хабів;

5) інтернаціоналізація (тобто орієнтація на глобальні ринки та світову креативну сцену).

Подібне інфраструктурне забезпечення сприяє стійкості і сталості сектора. В Україні на шляху до побудови креативної економіки зроблено низку кроків, зокрема в рамках Доктрини збалансованого розвитку «Україна-2030» визначено пріоритети у сфері розвитку креативного сектора, тобто створення умов для досягнення економічного зростання не менше 10–15% на рік та з перспективою до 2030 р. увійти в ТОП-30 найбільш економічно розвинених країн.

На місцевих рівнях реалізується проект «Інтегрований розвиток міст в Україні», одним із пріоритетів якого є «Розвиток креативної індустрії» (GIZ, «Житомир-2030»). На Житомирщині йде активна робота зі створення стратегії розвитку культури, до обговорення якої залучаються представники місцевої влади та культурних менеджерів, архітекторів та фахівців установ культурної сфери. Результатом створення стратегії є не лише розвиток культури на Житомирщині, а й прототипу розвитку культури загалом, який можна буде використовувати як приклад у різних областях України. Такий Start up сприятиме розвитку нових напрямів економіки регіону: утримання і розвиток населення, створення нових робочих місць, зростання інтелектуального потенціалу та рівня життя населення. Одними з перших кроків у стратегії визначено: реформування краєзнавчого музею, приміщення магістрату, драматичного театру, які мають наповнитися громадським простором, розподіл експозицій краєзнавчого музею на картинну галерею і музей природи, розширення локацій Музею космонавтики та ін. Мета такого проекту полягає у створенні Житомирського креативного

інформаційно-культурного та туристичного центру як єдиного простору для творчої співпраці різних груп населення з об'єднаними громадами, представниками бізнесу та освіти.

Важливість інвестицій у культуру та творчий сектор підкреслює програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014–2020 рр. Участь у програмі «Креативна Європа» є необхідною для України з огляду на можливості розвитку, фінансування та обміну технологій.

Реалізується Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» [10], яка передбачає підтримку проектів та програм, які сприяють реалізації інноваційних ідей, розвитку культури, науки і інтелектуальної власності. Програма з креативної економіки працює на перетині культури, технологій та бізнесу і зосереджується на трьох основних напрямках реалізації проектів:

– креативний бізнес: підтримка розвитку сталих підприємств у сфері креативних індустрій у всьому світі, поширюючи знання та досвід Великої Британії через навчальні воркшопи, менторські програми та професійні мережі;

– цифрові інновації: розвиток цифрової грамотності в культурних секторах та організація проектів, які дають змогу дослідити роль нових технологій для культурного виробництва і підприємництва, а також для майбутнього суспільства;

– креативні хаби: підтримка та поєднання спільнот, які разом розвивають нові оригінальні підприємства (коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери) – ці нові простори дають змогу більшій кількості людей продуктивно застосовувати свої творчі здібності.

Успішна реалізація таких проектів і програм залежить від вибраної моделі креативного управління та вмілого поєднання таких елементів, як компетентність, здатність до творчого мислення та мотивація [8]. У цьому контексті компетентність розглядається як динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, якими володіє працівник у вибраній галузі знань.

Складник креативного управління «здатність до творчого мислення» визначає гнучкість і винахідливість під час пошуку шляхів вирішення проблеми. Креативне мислення характеризує підхід до вирішення проблем або талант створювати комбінації з наявних ідей. Ця здатність залежить переважно від особистих якостей працівника, але водночас значний вплив на неї мають його спосіб мислення і навички. Компетентність і творче мислення – стратегічна сировина індивідуума, його природний ресурс. Від мотивації як третього фактору ефективності креативного управління залежить те, як людина використовує цей ресурс [8].

Керівництво може впливати на всі три компоненти креативності як у позитивний бік, так і в

негативний. Однак, на думку Т. Амабайл [1], вплив на перші два компоненти є трудомістким процесом і вимагає значно більше часу, ніж робота з мотивацією, тому зусилля менеджерів передусім повинні бути спрямовані саме на мотивацію до креативності, вирішальна роль в якій належить саме внутрішньому її складнику. Внутрішня мотивація визначається як «мотивація, що виникає як особистісна позитивна реакція на складники самого завдання; ця реакція може проявлятися як інтерес, поглиненість, допитливість, задоволення або позитивний виклик». Зовнішня мотивація, навпаки, визначається як «мотивація, що виникає із зовнішніх по відношенню до завдання джерел, ці джерела інтегрують очікувану оцінку, зумовлену контрактом винагороду, зовнішні спрямування або будь-які інші аналогічні джерела» [1].

Численні експериментальні дослідження показують, що внутрішня мотивація посилює креативність, а зовнішня її гальмує. Винагороду креативності потрібно сприймати як тонкий баланс між внутрішньою і зовнішньою мотивацією. Вона повинна визнавати компетенцію і мотивувати до подальших творчих пошуків, а не діяти як підкуп [1]. При цьому проблемними залишаються процеси впровадження новацій на кожному підприємстві, і не тільки матеріально-фінансові, а й психологічні. Будь-яке ноу-хау пов'язане з обов'язковими змінами, інформаційними і, зрештою, зі змінами у відносинах, що викликає особистий чи груповий опір тих виконавців, від яких ці новації вимагають певної професійної переорієнтації, оновлення знання та навичок, а можливо, і зміни посадового статусу.

Управління інноваційною діяльністю, у тому числі й управління опором інноваційним змінам унаслідок реалізації креативних проектів, передбачає певну послідовність менеджмент-процесів: усвідомлення та переконання керівників і виконавців у доцільності, необхідності й вигідності впровадження інновацій; навчання для загально-інтелектуального та професійного особистого зростання; індивідуальне освоєння прогресивних технологій, досягнень науково-технічного прогресу, стратегій, форм і методів інноваційної діяльності; усвідомлення й узгодження персональних і корпоративних цілей [6]. Саме такими індивідуалізованими персонал-технологіями володіє коучинг, який у загальному плані можна визначити як філософію, систему технологій і методів, спрямованих на постановку та максимально швидке досягнення глобальних цілей за допомогою консалтингової підтримки експертів та тренінгу з безпосередньою участю коуч-консультантів [6].

Існує безліч визначень коучингу, однак серед цього різноманіття відсутній єдиний підхід до розуміння коучингу лідерства в інноваційних проектах. У нашому дослідженні під коучингом лідерства в проектах будемо розуміти мистецтво сприяти під-

вищенню результативності та успіху реалізації креативного продукту в ринковому середовищі на основі наявного творчого та внутрішнього потенціалу учасників процесу.

Основним сферами використання коучингу лідерства в інноваційних проектах є:

1. Управління потоком завдань і делегування. Основна проблема багатьох проектних лідерів полягає у перевантаженні та нездатності впоратися з потоком завдань через паралельне ведення кількох проектів або через брак підтримки в роботі з великим проектом. Робота з коучем дає змогу об'єктивно оцінити ситуацію і зрозуміти, як подолати труднощі.

2. Розвиток емоційного інтелекту. Емоційний інтелект показує здатність розпізнавати й управляти емоціями, як власними, так і інших людей. Проектний менеджер повинен знати, як мотивувати своїх співробітників, вирішувати конфлікти, допомагати долати стресові ситуації і будувати міцні довірчі відносини із зацікавленими сторонами. Коучинг – ефективний спосіб поліпшити свій емоційний інтелект, зрозуміти, що люди відчувають, як проявляють емоції й як це відображається на оточуючих.

3. Уміння провести команду через групове планування. Для тим-лідів проектів основним завданням є створення умов, у яких усі співробітники зможуть проявити свої здібності. Один із простих і дієвих способів зробити це – почати задавати підлеглим питання. Цим тим-лід демонструє повагу та цінність думок співробітників, визнає їх роль у реалізації цього процесу. Це основа ефективної взаємодії коуча та тим-ліда проекту – залучати співробітників до процесу визначення тієї роботи, яку вони будуть виконувати. Командне планування тут розглядається як спосіб залучення якомога більше вмотивованих членів команди до реалізації проекту. Коучинг дасть змогу не просто усвідомити необхідність залучення команди до деяких сфер проекту, а й виробити практичні кроки щодо впровадження даного процесу, створити відчуття спільної відповідальності за результат та досягти розуміння у планових термінах виконання поставлених завдань.

Висновки з проведеного дослідження. Для того щоб економіка країни розвивалася у креативному руслі, а інноваційний бізнес став запорукою успішної стратегії країни на зовнішньому ринку, необхідний розвиток нових технологій управління проектами та мотиваційних механізмів їх реалізації, зокрема через:

– створення середовища, в якому буде вигідно здійснювати інноваційну та традиційну підприємницьку діяльність;

– адаптування інструментів державної політики для підтримки інноваційних проектів у креативних галузях економіки;

– просування оновлення компетентностей та інновацій у всіх їх формах;

– допомога в отриманні вигоди від росту інноваційних інвестицій.

Нині розвиток економіки будь-якої країни визначається розвиненістю інноваційного бізнес-середовища та інвестиційного клімату для традиційного бізнесу. У цьому контексті інвестиційна ефективність інновацій залежить, як правило, від швидкості їх упровадження, адаптації до реальних умов конкретної організації та можливостей удосконалення новації завдяки інтелектуальному потенціалу партнерської взаємодії коуча та проектною команди, сформованої з найбільш компетентних та креативних представників команди. У будь-яких інноваційних проектах завданням коуча є партнерська допомога у виявленні та розкритті креативного потенціалу учасників проектною команди в процесі їх спільної роботи з вибору інноваційних цілей, формування реальних завдань та альтернативних способів їх реалізації, моніторингу та застосування сучасних форм організації зворотного зв'язку під час упровадження та реалізації проекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амабайл Т.М., Леонард Д. Креативное мышление в бизнесе. М.: Юнайтед Пресс, 2009. 232 с.
2. Божидарник Т.В., Василик Н.М. Креативний менеджмент: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. 498 с.
3. Вартанова О.В., Шестер І.В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства. URL: http://stvua.com/?wpfb_dl=18.
4. Кліпкова О.І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектору в управлінні підприємством. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2015. URL: <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-14.pdf>.
5. Креативний менеджмент: дистанційний курс. URL: <http://moodle.ipo.kpi.ua>.
6. Мельник Ю.М. Економіка та управління знаннями: конспект лекцій для студ. спец. 8.000014 «Управління інноваційною діяльністю» усіх форм навчання. Суми: СумДУ, 2010. 149 с.
7. Мельниченко Т. Креативна економіка в Україні. Перспективи та реальність. URL: <http://kyivmusiclabs.com>.
8. Окорський В.П., Валюх А.М. Креативний менеджмент: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2011. 211 с.
9. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері: метод. рек. для органів влади та недерж. орг-цій / В.В. Белявцева, А.І. Гнатенко,

О.С. Зінченко та ін.; за заг. ред. О.В. Кулініча. Харків: Золоті сторінки, 2017. 148 с.

10. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність». URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/page/about>.

11. Свидрук І.І. Креативний менеджмент: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 224 с.

REFERENCES:

1. Ambalay T.M., Leonard D. (2009) Kreatyvne myslennia v biznesi [Creative Thinking in Business]. Moscow: United Press. (in Russian).
2. Bozhydarnik T.V., Vasilik N.M. (2014) Kreatyvnyi menedzhment [Creative management: tutorial]. Kherston: OLDI-PLUS. (in Ukrainian).
3. Vartanova O.V. Shester I.V. Kreatyvnyi menedzhment yak pidgruntia rozvytku kreatyvnykh pratsivnykiv pidpriemstva [Creative management as the basis for the development of creative workers of the enterprise] (electronic resource). Available at: http://stvua.com/?wpfb_dl=18.
4. Klipkova O.I. (2015) Kreatyvnist ta innovatsiynist yak osnovni skladovi novoho vektora v upravlinni pidpriemstvom [Creativity and innovation as the main components of the new vector in enterprise management Scientific. Bulletin of the Mukachevo State University] (electronic resource). Available at: <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-14.pdf>
5. Kreatyvnyi menedzhment [Creative management: distance course] (electronic resource). Available at: <http://moodle.ipo.kpi.ua>
6. Melnyk Y.M. (2010) Ekonomika ta upravlinnia znanniamy [Economics and Knowledge Management: A summary of lectures for the stud. spec. 8.000014 "Management of Innovation Activity" of all forms of education]. Sumy: Sumy State University. (in Ukrainian).
7. Melnichenko T. Kreatyvna ekonomika v Ukraini. Perspektyvy ta realnist [Creative economy in Ukraine. Perspectives and reality Kyiv Music Labs] (electronic resource). Available at: <http://kyivmusiclabs.com>
8. Okorsky V.P., Valiukh A.M. (2011) Kreatyvnyi menedzhment [Creative management: tutorial]. Rivne: NUVGP. (in Ukrainian).
9. Osnovy hrantraitynhu ta upravlinnia proektamy v publichnii sferi. [Fundamentals of granituring and project management in the public sphere: method. recc. Auth. st. Ed. by O. Kulinich]. (2017). Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian).
10. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» [EU and Eastern Partnership Program "Culture and Creativity"] (electronic resource). Available at: <https://www.culturepartnership.eu/en/page/about>
11. Sviduruk I.I. (2012) Kreatyvnyi menedzhment [Creative Management. Textbook]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian).

Svintsytska O.M.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Personnel
Management and Labour Economics
Zhytomyr State Technological University

Bogoyavlenska Yu.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Department of Personnel Management and Labour Economics
Zhytomyr State Technological University

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF LEADERSHIP COACHING IN INNOVATIVE PROJECTS THROUGH CREATIVE MANAGEMENT

The article analyses theoretical and practical aspects of leadership coaching in innovative projects through creative management as an important component of the successful implementation of the strategy's adaptation to market transformations.

The application of creative management in the practical activity of enterprises and organizations associated with changes in methods of competitiveness on the basis of new vision, and non-standard approach in projects and teams management, which deals with innovations of any nature: technical and technological, organizational, products, etc.

Creative management increases the likelihood of new creative ideas that can materialize in innovative products, transforms the creativity of team-members into a competitive asset, able to provide a high level of efficiency, market benefits, and sustainable development of the enterprise. The products of art and creativity can be: discoveries, inventions, artistic works, styles, views, ideas, unique achievements in the field of science, technology, and business, which are essentially similar, but the difference lies in the means of penetration into nature. Successful implementation of such projects and programs depends on the chosen model of creative management and a skilful combination of elements such as competence, ability to creative thinking and motivation. The leadership can affect all three components of creativity both on the positive side and on the negative. However, the impact on the first two components is a labour-intensive process and requires much more time than work with motivation. Therefore, efforts of managers, first of all, should be directed precisely to the motivation to creativity, the crucial role in which belongs to its internal component.

Numerous experimental studies show that internal motivation strengthens creativity, while the external one inhibits it. The reward of creativity needs to be perceived as a delicate balance between internal and external motivation. It must recognize the competence and motivate further creative searches and not act as bribing. At the same time, problems remain with the implementation of innovations in every enterprise, and not only financial and psychological ones. Thanks to the coaching as an individualized staffing technology, you can help to increase the success and effectiveness of the creative product. Coach's goal is to help in identifying and disclosing the creative potential of the team in the process of their joint work with the choice of innovative goals, the formation of real tasks and alternative ways of their realization and implementation, monitoring and organization of phased feedback during the implementation and realization of the project.