

## СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

### КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ ЯК ПЕРШОДЖЕРЕЛО СТАНОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

*Андрущенко С.*

*Вищий навчальний заклад*

*«Таврійський державний агротехнологічний університет»*

*Студентка ІІ МБ МК групи*

Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу має чималу актуальність, так як ключове завдання, що постає перед Україною, - це підготовка когорти високопрофесійних підприємців, що є основою розвитку креативної економіки. [5]

Сучасний світ ставить перед людиною нові виклики по світоглядно-ціннісному формуванню його особистісної та соціальної сутності. [4]

З кожним днем усе більше людей погоджується з думкою, що одна із основних умов ефективного управління – це не можливість втримати у голові якомога більше інформації, а вміння її знайти, проаналізувати та вчасно використати.

Таким чином, в умовах постійних змін, швидких темпів науково-технічного прогресу та доступності широкого загалу будь-якої інформації, з кожним днем важливого значення набуває креативне мислення менеджера фірми та керівництва. Адже саме ця характеристика притаманна лише обмеженому колу осіб, загалом вона розвивається в дитинстві та її дуже важко опанувати у зрілому віці. Саме тому люди, які вміють креативно та нестандартно мислити є дуже цінними та успішними в сучасних умовах високої конкуренції.

Сьогодні стимулювання креативного мислення найбільш яскраво виражене у американській формі ведення бізнесу. Це пояснюється декількома причинами. По-перше, наявністю великої кількості американських компаній, які уже давно зайняли лідируючі позиції на ринку, і основною метою, яку вони переслідують, є втримання цих позицій. Саме тому, випробувавши усі стандартні підходи до тих чи інших ситуацій, вони шукають людей з нестандартними поглядами, які мислять по-іншому, та підходять до будь-якої ситуації нестандартно, без завчених під час здобуття освіти та отриманого досвіду шаблонів розв'язання проблем. По-друге, саме в американському бізнесі найбільша увага приділяється розвитку особистості, вони створюють умови для кар'єрного росту, стимулюють працівників до самовираження, активності на робочому

місці, стимулюють їхнє вільнодумство та нестандартність. Якщо ж колись однією із обов'язкових умов успішної компанії була форма, яка ідентифікувала працівника в зовнішньому середовищі, то сьогодні більшість працівників повинні лише в певній мірі дотримуватися дрес-коду, а одяг залишається ще одним елементом самовираження.

Також можна помітити, що компанії стимулюють креативність працівників за допомогою дизайну офісних приміщень. Особливо це поширено в офісах ІТ-компаній, адже люди, які працюють у цій галузі, більшість свого часу проводять на роботі, а тому й основним завданням компанії є створення таких умов праці, в яких кожен працівник міг би почуватись затишно, а також створення такого середовища, яке б стимулювало до роботи та саморозвитку. Саме тому, нестандартне середовище, яке створює компанія, змушує працівників почуватись вільно, не обмежуючись певними рамками та проявляти креативність у будь-якій ситуації [3].

Креативне підприємництво є концепцією, що постійно змінюється та ґрунтується на творчо-креативних началах, здатних генерувати вплив на економічне зростання та інтелектуальний розвиток особистості. Креативне підприємництво повинно стати джерелом високого доходу, створення нових робочих місць, в яких витребуваним є інтелектуальний (соціальний) капітал, сприяти соціально-культурній інтеграції та ідентичності, культурному розмаїттю та розвитку людського потенціалу [1].

Соціальне креативне підприємництво включає в себе не тільки економічні, соціальні, але й культурні чинники, які пов'язані із завданнями технологій, завданнями інтелектуальної власності, розвитку знанневої економіки, яка має вимір інтелектуально-культурного розвитку. Креативні індустрії виступають серцем креативно-твочого і культурного підприємництва.

Сучасне розуміння світоглядних орієнтацій підприємництва базується на міждисциплінарному синтезі економіки, бізнесу, підприємництва, культури і техніки, де домінування сфери послуг і творчого контенту є пріоритетними.

Саме вища школа повинна формувати культуру особистості, [2] культуру цивілізації, тому що ситуація, що склалася, характеризується часто культурою «неоварварства» (агресивною, ксенофобською) культурою, архаїзацією свідомості (реанімації окультизму, містики). Саме людство (розумна цивілізація) потребує формування культури як головної домінанти та ключового фактору формування креативної особистості як фактор формування інноваційно-креативної економіки та трансформації людини розумної в людину споживача, у зв'язку з чим повинні трансформуватися стиль і якість життя.

Суспільство майбутнього як «суспільство знань» базується на інформації та знаннях, тому в такому суспільстві зростає потреба у

висококваліфікованих, грамотних, освічених спеціалістах, які володіють гуманітарними компетентностями: ефективна організація діяльності; готовність приймати самостійні рішення; критичне мислення; побудова відносин співробітництва; висока міра відповідальності; ініціативність; соціальна зрілість; культура і грамотність мови і мовлення; економічна та управлінська грамотність; знання мов; уміння працювати в команді; робота на результат.

Зміни ідеалу освіти від «людини знання» до «людини культури» (В. Біблер) свідчить про необхідність зміни змісту освіти, націленої на культуру як широку інклюзивну концепцію буття людини у світі через творчі культурні, соціальні, інноваційні практики. В умовах прискорення і стиснення часу в умовах інформаційного суспільства зростає роль освіти як виду духовно- культурної практики, що транслює і відтворює соціальний досвід людства.

Креативні індустрії сьогодні перевищують обсяги щорічних надходжень і вчетверо перевищують темпи зростання промислового виробництва. Частка зайнятих у креативному підприємстві досягла 25% молодих підприємців (наприклад, туризм). Очікується тенденція перетікання креативних підприємців до сектора саме креативних індустрій, які все з часом збільшуються. Лише ціннісні орієнтації на інтелектуальний продукт, креативність, культурні цінності, синергія та співробітництво можуть привести завдяки креативному підприємству до процвітання країни у перспективі. Креативність включає технології, талант та толерантність та входить в Індекс глобальної у креативності (Україна - 45 місце).

Сучасний ринок праці характеризується процесами інформатизації та віртуалізації. У сучасних умовах Інтернет-технології проникли у професійну сферу так глибоко, що зачіпають не тільки трудову діяльність, етап пошуку та відбору вакансій, спілкування всередині професійної спільноти. Комп'ютерні та Інтернет-технології стають основним знаряддям праці сучасного працівника, в той час, як традиційні, пов'язані з фізичною працею, відходять на інший план та їх використання змінюється роботизацією. Освіта є одним з найважливіших елементів інструментів розвитку інтелектуального потенціалу людини і суспільства покращення і конструювання людини у соціокультурному контексті.

Якщо раніше головною задачею освіти вважалася передача знань і контроль за їх освоєнням, тобто домінувала когнітивна (пізнавальна парадигма освіти), то сучасних умовах інноваційного розвитку головною задачею освіти є формування у студентів і учнів знань та вмінь самостійно мислити і створювати інновації у різних сферах діяльності, що означає перехід на креативну (творчу) парадигму освіти. У цьому випадку когнітивна (пізнавальна) освіта стає тільки начальним етапом креативного(творчого) освіти. Найкращі результати

в освіті і професійній діяльності досягаються шляхом креативного і аналітичного (логічного) мислення.

Отже, слід зауважити, що креативне мислення керівництва компанії та креативне ведення бізнесу є ключовим фактором тривалого існування та розвитку компанії. Саме тому наявність креативного мислення може стати основною конкурентною характеристикою компанії.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Бузгалін А.В. Економіка знань та інновацій: перспективи Росії / А.В. Бузгалін. – М.: ТЕИС, 2007. – С. 67.

2. Воронкова В. Развитие креативного предпринимательства Украины в условиях информационного общества / В. Воронкова, Р. Олексенко // *Tarptautinė mokslinė - praktinė konferencija «Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos»*, 10-11, Marijampolė, 2018.- С. 90.

3. Електронний ресурс. [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/28846/1/053\\_057\\_057.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/28846/1/053_057_057.pdf).

4. Олексенко Р. И. Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя как составная экономико - социального развития общества // *Социосфера*. 2013. №1. С. 31-37.

5. Олексенко Р.І. Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу / Р. І. Олексенко. – Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2017. – 228 с.