

ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПУ КРЕАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Саржан А. С., магістрант

*Таврійський державний агротехнологічний університет
ім. Д. Моторного, м. Мелітополь, Україна*

Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів сучасного світу передбачає інтеграцію різних економічних, філософських, соціологічних, культурологічних концепцій. Це і інформаційний менеджмент, і комунікаційний менеджмент, і інноваційний менеджмент, і креативна економіка, і управління інтелектуальною власністю, і комунікативне право, і сучасні форми організації, і практична філософія, які швидко влітають в себе сучасні теорії і практики як педагогічного, так і сучасного менеджменту, в основі якого культура управління, управління знаннями, управління підготовкою висококваліфікованих спеціалістів, які будуть конкурентоспроможними на міжнародній арені.

Формування креативного підприємництва починається ще з питання термінології, і тому аналіз поняттєво-термінологічного апарату має для нас неабияку актуальність та практичне значення. Тому прагнення створити загальне теоретичне поле для аналізу процесу формування креативного підприємництва має бути пов'язане зі спробою визначити структуру будь-якого життєздатного дискурсу, у нашому випадку – світоглядних цінностей креативних особистостей в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу.

Відтак сучасна освіта має бути готовою відповідати на виклики глобалізації, модернізації, інтелектуалізації суспільства, що потребує креативного підприємця, готового працювати в умовах ринкової економіки, визначати потреби у майбутніх фахівців і формувати вимоги до їх компетенції відповідно до потреб та динаміки ринку праці. Регулятор ринку освітніх послуг має стимулювати розвиток навчальних програм з підготовки фахівців, які здійснюються у тісній співпраці «освіта-наукароботодавці».

З переходом від постіндустріального до інформаційного і від нього до «суспільства знань» життєвий світ людини значно змінився: відбувається формування постматеріальних цінностей, віртуалізація і автономізація. Задача науки, освіти, культури в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу дотримати баланс між прогресом і гуманізмом. Так, у сфері праці це може бути упровадження нових технологій мотивації – гейміфікація і креативізація, які дозволяють людині отримати задоволення від роботи, самореалізуватися і розвиватися.

Виступаючи самосвідомістю культури, філософія здійснює рефлексію над її фундаментальними світоглядними універсальними і формує нові

сенси, що адресовані майбутньому розвитку цивілізації. Культура, представляючи світ цінностей та оцінок, зумовлює вищі сенси людського буття і виступає у якості центрального об'єкта неоексіологічного аналізу.

Саме через призму неоексіології (нових цінностей буття, в тому і цінностей підприємництва) нам уявляється можливим виявити ціннісну значимість різних сфер культури та їх адекватну оцінку у творчості людини. Тому культура виступає головною домінантою та ключовим фактором формування світоглядних цінностей конкурентоспроможних фахівців, а нові умови вимагають еволюції від «*homo economicus*» до «*homo creativus*» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки. Сьогодні філософія повинна розвиватися як практична філософія, що визначається як міждисциплінарний напрямок досліджень, який вивчає ціннісні засади дій людини в умовах плінного життєвого світу.

Не тільки трансформація філософської раціональності, але й парадигмальні зміни соціально-культурного характеру викликали до життя нові форми буттєвості філософського знання, що акцентують його практичну корисність. Філософія як методично організована практика мислення отримує систематичні імпульси для своєї актуалізації у сферах конкретного соціального досвіду, а саме підприємництва, креативної економіки, формування світогляду майбутніх особистостей, що й виражає її практичну спрямованість. Таким чином, теоретичне знання (філософське) опосередковується суспільними, культурними, економічними контекстами, а практичне життя у всьому спектрі соціальних «полів стає навантаженим». До конкретних технологій практичної філософії і відноситься тема формування людини економічної – її світогляду та її цінностей, її буття, її «життєвого світу».

Для формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу слід дотримуватися наступних рекомендацій:

1. Підвищення якості освіти, професійної підготовки, виробничої культури й етики як основи підготовки успішного креативного підприємця та формування соціального капіталу нації (якщо в країні вдасться сформувати правильно вибудовану інноваційну систему, то почнуть спрацювати креативно-творчі ідеї і проекти, з'являться успішні інноваційні компанії, що вимагає формування нового інноваційного мислення. Саме курс на інноваційно-креативний розвиток дає можливість у подальшому створювати продукти з глобальним ринком.).

2. *Homo economicus* як основа формування творчого підприємництва та його трансформації в соціальний капітал нації (слід розвивати концепт креативного підприємництва, в основі якого будуть працювати люди як *Homo economicus* – креативні особистості в усіх сферах підприємництва).

3. Культура як головна домінанта та ключовий фактор формування світоглядних цінностей конкурентоспроможних фахівців (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).

4. Від «homo economicus» до «homo creativus» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки (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 в 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).

Список використаних джерел:

1. Касьянов Д. В. Формування ідеології та культури українського підприємця в період утвердження ринкових відносин: дис. кандидата філософ. наук: 09. 00. 03 – соціальна філософія та філософія історії / Касьянов Дмитро Володимирович. – К., 2010. – 175 с.
2. Волков О. Г., Землянський А. М., Олексенко Р. І., Рябенко Є. М. Філософія: навчальний посібник-практикум. МДПУ ім. Богдана Хмельницького. – Мелітополь, 2017.
3. Олексенко Р.І. Формування концепції креативної особистості як фактор креативно-знанцевої економіки в умовах викликів глобалізації / Р. І. Олексенко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2017. – № 71. – С. 118-126.
4. Олексенко Р.І. Філософія ринкових відносин. Становлення та розвиток в Україні в період глобалізації та інформаційної революції: соціально-філософський аналіз. Київ: Знання України, 2013. 367 с. ISBN 978-966-316-336-9.
5. Олексенко Р.І. Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу. Мелітополь: ФОП Однорог Т.В. 2017. 228 с. ISBN 978-617-7566-09-9.
6. Романовський О. Мораль і етика в підприємницькій діяльності / О. Романовський, Ю. Романовська // Пам'ять століть. – 2004. – № 6. – С. 12-21.
7. Саух П. Ю. Якість освіти як індикатор рівня життя інформаційного суспільства // Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка. – 2006. – № 29. – С. 3-7.