

Ганна ЗАІКА,
студентка 3 курсу
гуманітарно-економічного факультету
Науковий керівник: **Тетяна ЧЕРЕМІСІНА,**
к.е.н., доцент (БДПУ)

КРЕАТИВНІСТЬ – ОЗНАКА СУЧАСНОГО ЛІДЕРА

Актуальність. На сьогоднішній день, у світовій практиці дедалі частіше приділяється увага креативності, творчості, підприємливості та іноваційності. Країни Заходу вважають, що саме інтелектуальна власність та творчість є рушійними силами економічних відносин. У ХХІ ст. зростає попит на креативну особистість, яка у своїй діяльності може приймати креативні рішення, думати нестандартно і мати інші погляди на ту чи іншу проблему. Адже, творчий потенціал – це запорука, гарантія розвитку підприємств, і країни загалом.

Ступінь досліджуваності проблеми. Креативність в управлінні та з погляду економічних відносин розглядало дуже багато науковців, зокрема це: В. Брич, Дж. Хокінс, Р. Хлоріда, Дж. Гілфорд, О. Дорошенко, О. Ястремська, Ю.М. Сиваш, І. Свидрук та інші.

Мета і методи дослідження. Метою дослідження є визначення сутності та ролі креативності, чинники та методи розвитку творчого потенціалу лідерів організацій. Методами дослідження є аналіз, синтез та порівняння.

Сутність дослідження. Нове століття увійшло в історію як століття інформаційних технологій, тому що панує техніка і товаром виступає інформація. Людей нашого часу називають поколінням Y/ Z – «сітєве покоління» / «цифрова людина» і тому вимоги до розвитку економічних, соціальних і культурних відносин декілька видозмінились. В моделі глобалізації – центром виступає людський капітал, а саме інтелектуальна та креативна діяльність у різних сферах життя, в тому числі і в управлінській діяльності.

Дослідники ЮНКТАД (Конференції ООН з розвитку і торгівлі) зробили висновок, що товари креативності більш стійкі до нестабільних умов в економіці, тому що сучасне суспільство віддає перевагу таким категоріям як статус, стиль, бренд, імідж та інтеракція [2].

У сьогоднішній затребуваний менеджер-дослідник, менеджер стратегічного типу, що може генерувати нові ідеї, інсайди тощо. Щоб бути лідером в сучасних умовах потрібно володіти системою таких якостей: креативність, здатність до навчання, рефлексивність.

Дослідження показують, що низький рівень креативності вважається найсерйознішим недоліком при прийомі на роботу нових співробітників, повідомляється в доповіді Global TalentIndex від Economist. Креативність розглядається як найбільш важлива якість лідерства в дослідженні IBM, проведеному за участі понад 1500 керівників.

Термін «креативність» – це здатність до створення принципово нових ідей [1]

Здатність до навчання – це сприйнятливність до навчальних впливів в новій ситуації; показник швидкості і якості засвоєння знань, умінь,

навичок.

Рефлексивність – здатність до загальної довільної саморегуляції інтелектуальної діяльності.

Також необхідно пам'ятати, що окрім творчої складової, навчання і рефлексивності, потрібні: дисципліна, самоконтроль та самоорганізація, активність, ініціативність, критичність, мобільність, компетентність та життєвий досвід. Нетривіальні думки і прийняття елегантних кмітливих рішень – сукупність усіх цих здібностей, а не кожної окремо.

Психологи стверджують, що креативність – якість, яка властива кожній людині з дитинства, але вона втрачається, якщо її не розвивати. Або людина працює в умовах, що обмежують її творчий потенціал: несприятливих психологічний клімат в колективі або робочого приміщення; відсутність мотивів, навичок тайм-менеджменту; низька оцінка результатів праці керівником тощо.

Іноді креативні рішення приходять самі по собі, іноді доводиться застосовувати різні методи, котрих чимало – це «Мозковий штурм», «Корабельна рада», «Синектика», «Проміжне поле», «SCAMPER», «Аналогії» та ін.

Кевін Робертс стверджує, що сьогодні важливо не нове, а справжнє, актуальне. Бізнесменам, маркетологам і всім креативним людям важливо зрозуміти: все, що вони роблять, має приносити людям радість саме зараз, в сьогоднішні.

Отже, для сучасного менеджера креативного типу головним завданням – знайти цільову аудиторію і «зрозуміти її біль».

Основні висновки. Зважаючи на все вищесказане можна сміливо припустити, що у сучасному суспільстві дуже швидко відбуваються зміни і необхідно вміти адаптуватись і ефективно реагувати. Сучасному лідеру слід володіти креативністю задля вирішення різних питань. Креативність розуміють як відмову від стереотипного мислення і здатність до нового нетривіального бачення ситуації. За креативними лідерами майбутнє країни – прикладом цього твердження можуть слугувати країни Заходу (Великобританія, Німеччина, Франція, Нідерланди, Швейцарія, США, Японія, Китай).

ЛІТЕРАТУРА

1. Брич В. Я., Корман М.М. Креативний менеджмент : підруч. для вивч. дисципліни студ. денної та заочної форм навч. екон. спец. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 220 с.

2. Доклад об итогах диалога високого уровня по политике в отношении креативной экономики в интересах развития : *ЮНКТАД XIII*, 2–26 апреля 2012. Доха (Катар). URL : http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/td481_ru.pdf (дата звернення: 25.02.2020)

3. Свидрук І. І. Соціально-економічні аспекти креативного менеджменту. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2018. Вип. 28(4). С. 108-111.