

переслідувань; «Тур до Прип'яті»; «Тур до Чорнобилю»; Лук'янівська в'язниця, м.Київ; Музей ВВВ, м.Київ; Львівський ізолятор-музей політичних репресій, м.Львів Байкове кладовище, м. Київ тощо [2].

Привабливість «темного» туризму для туристів наступна. Вчені-психологи мають багато версій, щодо пояснення причин тяжіння людей до трагічних місць. За однією з версій чимало людей відчувають емоційне збудження під час екскурсій, інші (вже після відвідування) отримують почуття ейфорії. Деякі ж туристи елементарно хочуть отримати адреналін або ж відчути страх (злякатися), для багатьох такі об'єкти туризму дають відчуття рівноваги та спокою. Професор Джон Леннон має іншу версію: він вважає, що темні місця захоплюють мандрівників здатністю людини творити зло. Багато людей навіть і не замислюються, що вибрана екскурсія відноситься до «похмурого» туризму, тому що їм цікаво було побачити відомі місця, про які вони дуже багато чули.

Існує багато сперечань щодо етичного аспекту «темного» туризму, адже на думку деяких експертів записування на відео та фотоплівку людського нещастя є аморальним. Інші ж стверджують, що візит до місць такого виду має сприятливий ефект, бо допомагає людству розібратися та збагнути історію і навколишній світ та зрозуміти людині просту істину, що ніхто не вічний і часу для здійснення добрих справ залишається не так багато.

На нашу думку, головне, під час таких екскурсій, проявляти повагу до жертв трагічних подій, до постраждалих, оскільки безліч туристів сприймають трагічні пам'ятки як розвагу і поведуться неетично.

Основні висновки. Відвідування об'єктів «темного» туризму сприятиме фінансовій допомозі, якщо на такий сектор туризму виникає попит.

ЛІТЕРАТУРА

1. «Темний» туризм як новий вид туризму. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kravec2.htm (дата звернення: 23.02.2020).
2. Тенденції розвитку «темного» туризму та його мотиваційні аспекти. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/112.pdf> (дата звернення: 23.02.2020).

Мелана ЖУЛІНА,

студентка 3 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Тетяна ЧЕРЕМІСІНА,**

к.е.н., доцент (БДПУ)

КРЕАТИВНИЙ ПІДХІД В ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Актуальність. Останнім часом творчість дуже активно поширюється у різних сферах людської діяльності, зокрема в управлінні. Тому зараз все частіше постає питання доцільності використання креативного потенціалу менеджерів під час прийняття ними управлінських рішень. Тому креативний підхід в процесі розробки і реалізації

управлінських рішень з актуальною темою дослідження.

Ступінь досліджуваності проблеми. Питаннями креативного підходу та креативного менеджменту займалися багато науковці серед яких Г. Айзенк, Ф. Баррон, В. Брич, О. Вітвіцька, Дж. Гілфорд, Л. Дафт, В. Дружинін, П. Друкер, О. Кузьмін, М. Матюшкін, І. Мілославський, О. Пономарьов, К. Роджерс, Р. Стернберг, П. Торренс, Е. Фром та ін.

Мета і методи дослідження. Метою дослідження є обґрунтування ефективності впровадження креативного підходу в процесі розробки і реалізації управлінських рішень на сучасному підприємстві. Методами дослідження є аналіз, порівняння, синтез та групування.

Сутність дослідження. В. Брич наголошує, що ефективність ухвалених рішень є одним з головних показників професіоналізму керівника та його спроможності виконувати функції управління на підприємстві.

Взагалі, управлінське рішення – це процес, який передбачає сукупність логічних та послідовних дій, які в свою чергу забезпечують реалізацію управлінських завдань, а також вибір стратегії і тактики вирішення проблем [1].

Від уміння менеджера приймати правильні рішення залежить ефективність не лише його діяльності, а й всього підприємства. Саме тому цей процес має таке велике значення.

Кажучи про термін «креативність» варто зазначити, що він означає створення чогось нового, тому що походить від латинського слова “creatio” (створення).

Вчені А. Пуанкаре та Г. Уїлліс визначили наступні етапи процесу ухвалення креативного рішення:

1. Визначення та свідомий аналіз проблеми логічними засобами.
2. Відволікання та переключення уваги на інший предмет. Тобто, припинення логічних розмірковувань щодо проблеми та підключення несвідомого (творчого) потенціалу.
3. Просвітлення. Проникнення в суть проблеми на інтуїтивному рівні. Етап, коли суб'єкт отримує прямий доступ до свого несвідомого.
4. Перевірка правильності прийнятого рішення за допомогою логіки.

А. Маслоу прийшов до висновку, що всі без винятку люди, мають творчі здібності, але їх потрібно розвивати. Творча людина характеризується готовністю до створення принципово нових ідей, наполегливістю та відкритістю. Вона вміє концентрувати увагу на суті проблеми і успішно впроваджує інновації у свою діяльність. Це є великою перевагою під час прийняття рішень, особливо у непередбачуваних ситуаціях. До речі, існує декілька креативних методів для ухвалення рішення в умовах, коли менеджер не володіє інформацією щодо дії чинників ризику, а саме:

1) метод Вальраса: він дозволяє керівникам песимістам розглядати зовнішнє середовище з точки зору негативного впливу на бізнес, у той час як оптиміст вважає навпаки;

2) метод Севиджа: менеджер намагається зробити вплив негативного майбутнього менш відчутним;

3) метод Гурвіца: дає змогу обрати між песимістичною та оптимістичною стратегіями залежно від характеру менеджера [2].

Тереза М. Амабайл стверджує, що креативність будь-якої особистості складається з трьох компонентів: компетентності (знання, якими володіє працівник), креативність (вирішення проблем за допомогою новаторських ідей) та мотивування (зацікавленість щодо незвичного виконання завдань). Проте якщо особа має і творчий потенціал, і необхідні знання та навички, але у неї відсутня мотивація для виконання поставленого завдання, вона не буде нічого робити. Тож у своїй роботі менеджер не може ігнорувати етап заохочення працівників до виконання поставлених завдань [3].

Основні висновки. Таким чином, креативні менеджери охоче застосовують у своїй діяльності новаторські рішення, не бояться вирізнятися оригінальністю поглядів, нестандартно діють у непередбачуваних ситуаціях та відрізняються незалежністю від суджень оточуючих. Вони не лише самостійно проявляють креативність у роботі, а й ініціюють прояв творчого потенціалу у своїх підлеглих, роблячи працю більш цікавою та ефективною.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брич В. Я., Корман М. М. Креативний менеджмент : підручник Тернопіль. нац. екон. ун-т. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 219 с.
2. Маслов А. О. Сучасна економічна думка про добробут націй. *Сучасні економічні теорії : історія, методологія та перспективи розвитку* : зб. матеріалів Всеукр. круглого столу. 10 листопада 2016 р. К. : КНЕУ, 2016. 199 с. С. 82-88.
3. Вітвіцька О.В., Підвальна О.Г. Креативний менеджмент в діяльності підприємства. URL : <http://www.rusnauka.com/34-NIEK-2010/Economics/74728.doc.htm>. (дата звернення: 23.02.2020)

Анна КАТЕРИНИЧ,
студентка 3 курсу
гуманітарно-економічного факультету
Науковий керівник: **Катерина ЛЕМІШ,**
к.е.н., доцент (БДПУ)

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОНФЛІКТІВ ТА ШЛЯХИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

Актуальність. Важко уявити співпрацю в фірмі без конфліктних ситуацій. Важливе місце у виникненні і вирішенні конфліктів має психологічний чинник. Це можна пояснити тим, що конфлікти завжди пов'язані із зіткненням інтересів і поглядів людей. Отже, необхідно проаналізувати чому виникають конфлікти та як ними управляти, щоб ефективність управління в організації зростала.

Ступінь досліджуваності проблеми. Питання вирішення конфліктів в організаціях досліджували такі вчені, як Ємельянюк Л.М., Петлюх В.М., Торгова Л.В., Грінченко А.М., Винославська О.В., Калінкіна І.В., Орбан-Лембрик Л.Е., Гришина Н.В., Прокопенко Г., Шаравара Р.І.