

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Мала Н.Т.

Національний університет «Львівська політехніка»

Якщо раніше креативність вважалась привілеєм діячів культури чи мистецтва, то сьогодні міжнародні компанії проявляють усе більший інтерес до цього феномену. Креативність є невід'ємною складовою ефективного управління будь-якою міжнародною організацією і обов'язковою умовою її стійкого розвитку. Без неї неможливі новоутворення у діяльності організації, створення нового продукту. Адже непрофесіоналізм, послаблена цілеспрямованість, стійкі негативні навички у манерах та мисленні, закостенілість форм і методів управлінської діяльності унеможливають досягнення цілей організації.

Креативність – це розумова й практична діяльність, результатом якої є генерація нових, оригінальних ідей, цінностей, виявлення нових фактів у відповідь на потреби організації, чи наявні у неї можливості, а також формування і розвиток творчого потенціалу працівника, що призводить до ефективної діяльності [1, 19 с.].

Креативні співробітники стають генераторами ідей, які приносять високі прибутки та можливість зайняти певний сегмент ринку. Наприклад, корпорація General Electric після проведення дворічного курсу творчого потенціалу працівників отримала результат у вигляді 60 – відсоткового збільшення числа платоспроможних ідей. Засновник компанії Apple Стив Джобс слідом за комп'ютерним бізнесом створив анімаційну студію Pixar Animations, що призвело до народження низки мультиплікаційних шедеврів.

Аналіз наукових досягнень і власні дослідження свідчать, що креативне мислення є специфічним для різних сфер діяльності, водночас має і загальні характеристики, а саме: оригінальність (незвичайність способу вирішення проблеми), еластичність (вміння швидко змінювати способи дій), самостійність (здатність розвивати свої здібності), продуктивність (здатність генерувати максимальну кількість ідей, засобів розв'язання тієї чи іншої проблеми), точність (здатність вдосконалювати продукт творчості, тобто надання йому завершеної форми), прогностичність (уміння передбачити розвиток подій за певних умов).

До зовнішніх чинників, що впливають на креативний процес, належать: соціально-психологічний клімат, мотивування особистості, створення робочих груп для прояву ініціативи. Внутрішніми чинниками, які сприяють креативному мисленню у бізнесі, є мотиваційно-особистісні (пов'язані з усвідомленням необхідності або бажанням розвивати нові напрями діяльності організації, підвищувати продуктивність праці, покращувати якість та післяпродажне обслуговування, розширювати асортимент продукції, зміцнювати позиції на ринку тощо та професійно важливі якості працівника) та когнітивно-операційні (інтелектуальний рівень, стиль мислення, компетентність у розв'язанні задач).

Креативні працівники надають перевагу новаторським рішенням, відрізняються оригінальністю поглядів, гнучкістю і конструктивністю дій у нестандартних ситуаціях, незалежністю суджень.

1. Мала Н.Т. Креативність як складова ефективного управління /Н.Т. Мала // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2011. - № 704. – С. 18-23.