



## **ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНЬОГО МЕНЕДЖЕРА**

**Далюк Наталія**

*старший викладач кафедри менеджменту,  
магістр другого року навчання спец. «Психологія»  
Приватного вищого навчального закладу  
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет  
імені академіка Степана Дем'янчука»,*

**Величко Олег**

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
освітня програма «Менеджмент»  
Приватного вищого навчального закладу  
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет  
імені академіка Степана Дем'янчука»,  
м.Рівне, Україна*

У житті відбуваються настільки стрімкі зміни, що враховувати їх особливості стає все важче і важче. Змінюється характер проблем, з якими стикається людина у повсякденному житті і на роботі. Змінюється людина, яка керує і якою керують, змінюються її інтереси і цінності. Спрямування цих змін, цілком закономірно, вимагають зміни типу управління від суто організаційного до соціально-психологічному (пріоритет людського фактора) і далі - до креативного. Креативність часто включають до переліку особистісних якостей, яку повинен мати кандидат на ту чи іншу вакантну посаду. Зокрема, це стосується характеристик особистості менеджера, у практичній діяльності якого постійно повинні народжуватися нові, нестандартні рішення та погляди на проблему (В. Зінгер, Л. Ланг, Б. Стінберг). Тому в сучасних умовах господарювання так гостро постає питання засад формування креативного керівника й необхідності розвитку його креативного потенціалу.

Феномен креативності у системі управління, її формування та розвиток в особистості й, зокрема, у менеджерів досліджували такі вітчизняні вчені, як Г. І. Ванюрихін, А. Д. Двоскін, О. Є. Кузьмін, А. Ю. Манюшис, А. Патюрель, І. І. Свидрук, В. Б. Смолянінов, В. К. Тарасов, Д. Ю. Хомутський, А. В. Шевирев. Серед закордонних науковців – Алан Дж. Роу, Б. Гізелі, Дж. Гілфорд, Едуард де Боно, Майкл Мікалко, П. Торренс та ін. Психологічні характеристики креативності досліджували Дж. Гілфорд, Б. Гізелі, А. Маслоу, В. О. Моляко, Я. О. Пономарьова, П. Торренс, М. Г. Фролов, М. Г. Ярошевський та ін. Добровольською Н. В. виокремлено структурні компоненти та відповідні їм критерії креативності майбутніх



менеджерів невиробничої сфери: мотиваційно-ціннісний (спонукально-аксіологічний критерій), когнітивний (інформаційно-пізнавальний критерій), поведінковий (дієво-практичний критерій) [1, с. 237]. Проте, ці наукові дослідження потребують узагальнення підходів і конкретизації методів та засобів з урахуванням факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підготовки, підтримки і розвитку креативності менеджера.

Для розуміння особливостей процесу формування креативності майбутніх менеджерів важливе значення має урахування різних філософських і психолого-педагогічних підходів до розуміння сутності креативності. Водночас слід зазначити, що серед науковців відсутня єдність у трактуванні змісту поняття креативності, що ускладнює обґрунтування педагогічних умов формування креативності майбутніх фахівців-менеджерів. У Психологічному словнику креативність розуміється з точки зору творчої продуктивності, як «...здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації». [3, с. 39]. Тому не випадковим є той факт, що коли мова йде про креативність людини, в першу чергу розуміють творчу особистість, яка нестандартно та оригінально мислить. Проте, слід зауважити, що творчість та креативність це різні поняття. Поняття «креативність» розглядається нами як здатність до творчої діяльності, в той час, як творчість виступає сама по собі як діяльність.

На основі аналізу запропонованих Дж. Гілфордом, Н. Вишняковою, Д. Симпсоном, П. Торрансом, Е. Фроммом та ін. варіантів структур креативності будемо вважати, що креативність як складна інтегральна характеристика особистості ґрунтується на взаємозв'язку різних психічних явищ, що найбільш повно відображають її творчі риси. Пропонуємо у якості складових креативності майбутнього менеджера розглянути:

- спонукально-ціннісну, яка полягає у наявності внутрішніх потреб до творчої самореалізації, віри у свої ідеали та можливості;
- когнітивну — передбачає оволодіння майбутніми менеджерами загальними та спеціальними компетенціями, пов'язаними з креативністю в управлінні;
- поведінкову — визначається уміннями мислити превентивно, здатністю не лише знайти оригінальні й продуктивні шляхи вирішення проблеми, а й запобігти її виникненню.

Слід зазначити, що жоден елемент самостійно не в змозі забезпечити творчий процес, що завершується отриманням креативного продукту. Розглядаючи структуру креативної особистості менеджера як суб'єкта управлінського процесу, можна додати такі якості як уміння висувати гіпотези, альтернативні оригінальні ідеї; прагнення до дослідницької діяльності; здатність до виявлення протиріч; уміння аналізувати, інтерпретувати та синтезувати наявну інформацію; вміння



самоорганізовуватися; здатність до аутодидактичних функцій (самоконтроль, самооцінка, самоаналіз); уміння застосовувати знання та досвід ефективних технологій між особистісного спілкування; пошуково-креативний стиль мислення тощо.

В процесі викладання дисципліни «Креативний менеджмент» для студентів освітньої програми «Менеджмент організацій» рівня вищої освіти «Бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» при проведенні семінарських занять використано проведення ділових ігор («Виробнича нарада», «Вирішення конфліктної ситуації», «Атестація працівників», «Шість капелюхів», «Віртуальне підприємство» та ін.); виконання практичних кейсів і задач з формування інтелектуального капіталу, креативні техніки; підготовлено доповідь на засідання школи педагогічної майстерності для професорсько-викладацького складу університету «Формування креативності майбутніх менеджерів інноваційними засобами».

На практиці доведено, що формування творчого середовища, використання інноваційних засобів навчання забезпечує привабливий характер творчої діяльності здобувачів та формування їх самомотивації до виявлення і розвитку креативності; стимулює бажання включитися в творчі пошуки шляхів реалізації інноваційних підходів до управлінських рішень; залучає майбутніх керівників до пізнавально-пошукової діяльності з метою набуття досвіду креативної поведінки; формує позитивне ставлення до розв'язання управлінських завдань.

Матеріали магістерської роботи можуть бути використані в подальших дослідженнях із проблем професійної підготовки майбутніх менеджерів та з питань застосування інноваційних засобів розвитку креативності майбутніх фахівців і формування у них результатів навчання, визначених відповідною освітньою програмою таких як:

- демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.
- виявляти навички розробки та прийняття креативних управлінських рішень.
- застосовувати інструментарій вирішення інноваційних задач, формування та розвитку креативного середовища.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Добровольська Н. В. Структура креативності майбутніх менеджерів невикробничої сфери // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр.



- / редкол.: І. А. Зязюн та ін. Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2013. Вип. 35. С. 236–241.
2. Свидрук І. І. Концептуально-методологічні основи розвитку креативного менеджменту національного господарства України: монографія / І. І. Свидрук. Львів: Растр-7, 2018. 450 с.
3. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник . - Х.: Прапор, 2007. - 640 с. - ISBN 966-7880-85-0.