

УДК 334.722

Ткачук О.М.

доктор економічних наук, професор
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

КРЕАТИВНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

CREATIVITY IN BUSINESS ACTIVITIES

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена питанням активізації сучасної підприємницької діяльності з використанням творчого підходу для задоволення потреб і бажань споживачів та отримання оптимального прибутку в бізнесі за допомогою розвитку креативних привабливих ідей у взаємозв'язку таких понять, як «підприємництво», «інновація», «творчість». Приділено увагу інтрапренерству із застосуванням ініціативності та активності працівників.

Ключові слова: підприємництво, творчість, інновація, інтрапренерство, креативність, меценат, індустрія масової культури.

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы активизации современной предпринимательской деятельности с использованием творческого подхода для удовлетворения потребностей и желаний покупателей и получения оптимальной прибыли в бизнесе с помощью развития креативных привлекательных идей во взаимосвязи таких понятий, как «предпринимательство», «инновация», «творчество». Уделено внимание интрапренерству с учетом инициативности и активности работников.

Ключевые слова: предпринимательство, творчество, инновация, интрапренерство, креативность, меценат, индустрия массовой культуры.

ANNOTATION

This article is about the problems of activation of modern entrepreneurial activity with the use of creative approach for satisfaction of necessities and desires of buyers and receipt of optimum income in business by development of creative attractive ideas in intercommunication of such concepts as an enterprise, innovation, creation. Attention of entrepreneurship is spared, with the use of initiative and activity of workers.

Keywords: enterprise, creation, innovation, entrepreneurship, Maecenas, industry of mass culture.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток бізнесу базується на поєднанні підприємництва і творчості, що глибоко перетинаються в межах будь-якої господарської діяльності. Важливу роль в організації приватного бізнесу відіграє інтрапренерство (внутрішнє підприємництво), що ґрунтується на ініціативності та креативності працівників компанії з метою підвищення ефективності бізнесу. У даній статті приділено увагу необхідності виникнення креативних думок у бізнес-просторі для оптимального розвитку підприємницької культури. Також розглянуто процес формування творчих ідей та інноваційні засади щодо можливості створення, проведення і удосконалення сучасних бізнес-процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних соціально-економічних умовах інноваційної діяльності постійно вирішуються задачі, пов'язані з пошуком оригінальних ідей та знаходженням нестандартних рішень у звичайних ситуаціях. Чимало наукових дослі-

джень та публікацій присвячено розвитку підприємництва – історії його виникнення, діалектичним питанням, отриманню прибутку та побудові комунікаційних зв'язків із зовнішнім середовищем. Зокрема, вивчається підприємництво стосовно факторів прямої дії, таких як партнери і партнерські відносини, конкуренти, рівень компетентності, імідж компанії, державні органи і закони, джерела силового тиску, профспілки. Наукові роботи висвітлюють питання комунікацій, пов'язані з факторами непрямой дії у зовнішньому середовищі, а це: політичні, соціальні фактори, науково-технічні досягнення, стан економіки країни, світовий ринок та рівень психологічного сприйняття дійсності. Також розглянуто сильні та слабкі сторони ведення власного бізнесу, проведення SWOT-аналізу з метою пошуку переваг, можливостей і недоліків компанії. В цілому визначено, що підприємницька діяльність пов'язана з виробництвом, обміном і продажем товарів, послуг, ідей з метою досягнення соціально-економічних результатів та отримання прибутку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні економічна ситуація у світі суттєво змінюється, нові ідеї та товари застарівають з колосальною швидкістю. Сучасний ринок товарів та послуг характеризується динамікою, нові ідеї в підприємстві займають головні позиції, моделі бізнесу стають більш дорожчими та ризиковими.

Формування тандему бізнесу і творчості, креативне підприємництво та виробництво працюють на задоволення максимального попиту споживача у товарах, ідеях, послугах на базі економічного та духовного потенціалу суспільства; сприяють зростанню прибутків у бізнесі та суттєво впливають на розвиток культурної сфери життя на рівні окремої країни та у світовому масштабі в цілому.

Мета статті полягає у визначенні напрямків успішної реалізації креативних інноваційних ідей підприємців для соціально-економічного розвитку країни і зростання прибутків у бізнес-просторі. Це, в свою чергу, відображається на культурному розвитку суспільства, загальному удосконаленні процесу проведення бізнес-операцій, формує правила поведінки у суспільстві, виховує естетичний смак та задовольняє духовні потреби. При цьому у веденні власної справи забезпечується креативний підхід, прак-

тичне використання якого в змозі вивести конкурентів із ринкової гри.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі підприємництво і творчість – дві рівноцінні категорії, що суттєво перетинаються у бізнес-просторі та глибоко пов'язані між собою. Місце творчості у підприємницькій діяльності є достатньо цікавим питанням. Якщо зібрати разом кілька креативних особистостей – отримаємо велику кількість надзвичайних, але даремних ідей. Отже, найпривабливіші ідеї, не реалізовані практично, не мають цінності та залишаються невизнаними.

Розглянемо взаємозв'язок таких понять сучасного світу, як «підприємництво», «інновації» та «творчість».

Звичайно, слово «підприємництво» асоціюється з поняттям «володіння». Це повністю відповідає справжній сутності, оскільки саме власник підприємства належить всі права, пов'язані з напрямком його діяльності. У межах організації приватного бізнесу помітну роль відіграє внутрішнє підприємництво, інакше кажучи, інтрапренерство. Останнє є діяльністю працівників підприємства, що базується на їх ініціативності та активності і відбувається у межах певної організації з метою підвищення ефективності роботи компанії, максимізації прибутку та задоволення потреб робітників-активістів (інтрапренерів). Саме інтрапренерство надає змогу розглядати менеджерів підприємства в якості творчих суб'єктів підприємництва.

Інноваційна діяльність компанії може бути представлена революційними нововведеннями, що призводять до незворотних змін існуючого порядку речей у світовому масштабі.

Важливим моментом є диференціація інновацій на соціально-економічні, управлінсько-організаційні та суто технологічні. У зв'язку з цим до найважливіших галузей нововведень відносять такі: товари та послуги; технології виробництва; організація та методологія роботи; способи доставки товарів чи послуг; засоби інформування клієнта о продукції; механізми управління відносинами всередині підприємства, що потребують динамічної творчості.

У 1983 р. була сформована теорія творчості, яка стосується окремих особистостей та компаній. З часом вона еволюціонувала, але основні складові залишилися незмінними. Згідно цієї теорії, творчість потребує поєднання таких складових: 1) внутрішньої мотивації; 2) високого рівня галузевих знань; 3) майстерності у використанні креативного мислення; 4) наявності середовища з високим рівнем творчого підґрунтя.

Отже, зазначимо, що підприємець, користуючись творчістю як ресурсом, впроваджує інновації з метою підвищення ефективності бізнес-діяльності.

Зміни у сучасному світі набирають колосальних обертів. Речі, що дивували у ХХ ст., сьогодні застарівають з космічною швидкістю.

Прогнозування майбутнього досить ускладнюється. Сучасний ринок товарів та послуг характеризується динамікою, нові ідеї в підприємстві займають головні позиції, моделі бізнесу стають більш дорожчими та ризиковими.

Ведучими тенденціями бізнесу, які сприяють його успішності, є пошук оригінальних ідей, нестандартних рішень в звичайних ситуаціях, також креативного підходу ведення власної справи, що здатен «паралізувати» конкурентів та вивести їх із ринкової гри. Творчість – це завжди унікальність і неповторність. При розумному застосуванні, у бізнесі вона є суттєвим фактором, що спрацьовує на користь діяльності компанії.

Найчастіше (у якості психологічної моделі) творчість асоціюється з мистецтвом – музикою, живописом, архітектурою, але у підприємстві вона переважно відображає дослідження у сфері маркетингу, реклами та менеджменту. Креативність у сфері бізнесу – це напрямок мислення, за допомогою якого визначається напрямок вирішення проблеми, відбуваються певні удосконалення (наприклад, якості товарів або послуг).

Творчість у бізнесі визначається як здатність підприємця динамічно вирішувати поставлені завдання на запропоновані часом проблеми: підприємець – творець, а його бізнес – засіб реалізації ідей.

В людині з народження закладена неймовірна творча сила, яка частково втрачається протягом життя. Певною мірою це відбувається у зв'язку з підпорядкуванням суспільним нормам, стереотипам та правилам. У справжній творчості відсутній страх бути інакшим, не схожим на всіх. Креативність пропонує народження та постійне удосконалення вибухових ідей. Вона є внутрішньою свободою у вираженні власних думок, мрій, фантазій та бажань.

Випадкова фраза, раптовий образ, навіть звичайна дія в окремому місці у певний час можуть стати неочікуваним народженням нової творчої ідеї, сприяти появі нестандартного успішного бізнес-рішення.

Сучасний компетентний підприємець має внутрішній творчий потенціал і модель подальшого розвитку бізнесу. При цьому інколи домінує інтуїція або логіка, інколи – розрахунок або уява.

Активний інноваційний пошук з метою удосконалення бізнес-процесу та виявлення нових видів діяльності – це справжня творчість для підприємця. Пошук вирішення проблеми – це найкоротший шлях до успіху. На це здатна тільки мотивована людина, яка керується любов'ю до власної справи та цікавістю до життя в цілому, що є вкрай необхідним для творчості й у бізнесі. Бізнесмен орієнтується на споживача, намагається зрозуміти, вирішити його потреби – створює цінність саме для нього. Успіх підприємницької творчості – у народженні нової цікавої ідеї, в її реалізації та перетворенні у прибуткову діяльність.

Нові ресурси, можливості, а також невідповідності або недоліки формують нові ідеї та напрями розвитку власного бізнесу. Розробка, впровадження і реалізація бізнес-ідеї – це природна креативність підприємця.

Недопрацьовані бізнес-моделі наптовхують на творчий підхід. Вміння людини спостерігати та оцінювати є важливим у розвитку та досягненні творчого результату.

Творчий підхід у бізнес-процесі часто знижує від несприйняття ідеї, від випадкових дій та ситуацій з боку підприємця. Ідея потребує аналізу (діагностики) щодо своєї міцності відносно впливу різних факторів. А поступова реалізація – знаходиться у вирішенні поставлених завдань її окремих складових. Найчастіше ідея перетворюється в задачу з безліччю варіантів рішення. Кожний спосіб є оригінальним і належить конкретній позиції, ситуації у бізнесі.

Творча сила підприємця знаходиться у знаннях, що породжують ідею. А напрямок до нового та невизначеного розширює сферу обізнаності, генеруючи цікаві ідеї, що можуть бути практично трансформовані.

Точно сфокусувати проблему складніше, ніж знайти її рішення: правильне визначення проблеми – половина задачі. Слід передбачати «майбутнє» поставленої проблеми, уявляти її подальший розвиток. Інновацію необхідно розглядати як довготривалий процес у часі, а не як кінцеву мету розробки нових продуктів та послуг. Цей творчий шлях спрямовано не до завершення, а саме до розвитку та удосконалення.

Креативне підприємництво – це відносно нове поняття у сфері бізнесу, яке визначає творче дихання підприємця, напрямок розвитку бізнесу щодо задоволення запитів, бажань його клієнтів. Саме останнє у перспективі в змозі забезпечити успіх компанії на ринку, отримання великих прибутків та досягнення інших цілей.

Креативне підприємництво відносять до галузей бізнесу у межах культурної та творчої індустрії, що капіталізує інтелектуальну власність. Це також перетин творчих областей з напрямками виробництва, які є взаємовигідними (наприклад, культурний туризм – поєднання культури і креативу та привід відвідати країну, що може вплинути на розвиток галузей готельного бізнесу, громадського харчування, логістики тощо).

Креативне виробництво – це розвиток підприємств у майбутньому. Більшість креативних компаній – це невеликі підприємства, достатньо мобільні, частіше сезонні, засновані на реалізації проектів. Вони значно відрізняються від старої моделі виробництва, яка побудована на певному часі роботи з 9.00 до 18.00, де люди проводять більшу частку свого життя.

Креативне підприємництво потребує використання різних навичок та методів роботи. Але сьогодні ще не розроблені оптимальні моделі,

які б дозволили оцінити реальну вартість інтелектуального капіталу (основи креативного підприємництва) – пошук триває...

Слід також зазначити, що таке підприємництво – це бізнес у межах креативної економіки, особливість якої – базуватись на знаннях, інформації, емоціях. Зауважимо, що на сьогоднішній день сектор креативної економіки створює робочі місця з найбільшою оплатою. Творчість – це дорого.

Досвід креативного підприємництва достатньо розповсюджений за кордоном. В ЄС культурні та творчі індустрії складають 4,4% ВВП та нараховують 7 млн. співробітників. Креативні галузі сьогодні – це напрями, що найбільш активно розвиваються. Так, наприклад, в Естонії 11,4% усіх зареєстрованих компаній працюють у творчих індустріях та складають до 5% зайнятості населення. В Україні спостерігається інша ситуація – цей напрямок практично відсутній з точки зору частки креативного підприємництва у ВВП країни. У Великобританії цей показник сягає 6%. Україна має потужний інтелектуальний потенціал, але нам не вистачає системності, розвинутої інфраструктури та інтеграції в західний світ.

Зазначимо, що креативне підприємництво на українському ринку – це вільна ніша з великими перспективами. Його потенціал та можливості – шлях до побудови успішного бізнесу. Головне – знайти свій проект, напрямок розвитку та діяти.

Підприємництво відіграє велику роль у сфері культури та надає поштовх для регулювання останньої. І основним механізмом впливу при цьому є ринок. Раніше, на початку капіталістичного підприємництва, заможні купці та фабриканти підтримували розвиток сфери художньої культури шляхом отримання особистих зображень за сплату, своїх та родинних портретів. Саме багатство, достаток тісно поєднані з культурою, забезпечували розквіт живопису, скульптури, архітектури, музики, видавництва.

Особливе місце у розвитку різних видів культурного мистецтва займають меценати. Більшість з них – тонкі цінителі витворів мистецтва, що застосовують власні можливості, виражаючи етичні спонукання, та роблять помітний внесок в культурний розвиток країни. Безумовно, для такого напряму регулювання культурної діяльності вкрай важливою є реклама. Таким чином обезсмертив своє ім'я шведський фабрикант Альфред Нобель, що заснував фонд, який щорічно присуджує найпрестижніші у світі премії за відкриття (інновації) в галузях науки та за літературні витвори.

Існують певні протиріччя між участю держави та великого бізнесу у підтримці культури. Оскільки держава відображає більш широку суспільну зацікавленість, ніж окремі групи бізнесу, тому може діяти у збиток певним бізнес-прошаркам. Але найчастіше втручання держави

в культуру строго лімітовано. У випадках, коли діяльність держави не приносить очікуваного, бажаного результату, вона стає об'єктом критики зі сторони певних суспільних сил. Серед них найбільш авторитетним є саме великий бізнес.

Як правило, непорозуміння у сферах впливу між цими інститутами усуваються та досягається налагоджений, динамічний стан. Між урядом, управлінням, місцевими чиновниками, художньою інтелігенцією та університетськими колами відбувається визначений розподіл функцій та координація їх діяльності відносно регулювання культурного життя.

Різні прошарки суспільства приймають активну участь у культурній сфері життя країни, що має визначені економічні цілі: а) підвищення культурного рівня персоналу підприємств і компаній сприяє зростанню рентабельності та прибутку; б) суспільний престиж мистецтва, як патрона мистецтв, підтримує імідж «добротності» компанії та її успішність в господарюванні; в) сприяння процвітанню мистецтв збагачує духовне життя людей та поменшує гостроту соціально-політичних проблем; г) розширення культурної діяльності стимулює зростання ділової та соціальної активності в межах індустрії масової культури.

У зв'язку з такою зацікавленістю все більшого розвитку отримують різні форми фінансової участі: внески в художню культуру, створення центрів мистецтва, музеїв, виставок, інтер'єрів тощо.

У 70–80 роки ХХ ст. відбулося широке приєднання бізнесу до масової культури та контркультури (молодіжної, руху «зелених», за «альтернативний образ життя» тощо). Це стало модним. Розвиток засобів масових комунікацій помітно змінив комерційні пропорції. Все більшого значення набули видовисько-драматичні напрямки мистецтва та аудіовізуальні засоби комунікацій.

Усі механізми регулювання розвитку сфери мистецтв сприяють збалансованості культурної та господарської діяльності, підтримують оптимальний рівень культури. Великий бізнес при цьому формує нейтральне відношення до себе в суспільній свідомості та розширює сферу симпатій щодо власної діяльності.

Система регулювання розвитку сфери культури схильна до змін відповідно процесів, що відбуваються в політичному житті суспільства. Посилення загальної економічної і політичної

інтеграції західних країн у внутрішніх і зовнішніх напрямках призвело до набуття все більшого значення наднаціональних організацій (ООН, ЮНЕСКО, СОТ тощо), транснаціональних корпорацій та міжнародних фондів.

Висновки. Основні зміни регулювання культури та її розвитку в суспільстві під час підприємницької діяльності пов'язані із розростанням нової системи продажу товарів, послуг, ідей на основі творчого підходу, креативності. Це впливає на загальну свідомість та поведінку в культурному просторі бізнесу: формуються діючі духовні та матеріальні запити, орієнтовані на смаки різних соціальних прошарків. Товари стають засобом задоволення не тільки матеріальних потреб, але і духовних бажань, що потребує залучення до сфери внутрішнього гармонійного життя, а не зводяться лише до рівня комфорту чи стилю. Це досягається з використанням образів, мотивів або сюжетів «високої культури». Широке розповсюдження копій витворів мистецтва, сувенірів, туризму до центрів світової культури, стилізація та естетичне подання нових товарів, ідей, послуг, рекламної індустрії стають нормою в формуванні культури підприємницької діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/go/436-15.
2. Освітній ресурс для активних українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : hub.kyivstar.ua/
3. Бібліотека по культурології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.countries.ru/library/>.
4. Останні міжнародні новини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ua.euronews.com.
5. Назаренко Н.С. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва в Україні / Н.С. Назаренко // Соціальна економіка. – 2012. – № 2–3. – С. 105–110.
6. Ткачук О.М. Бізнес-культура : [навч. посіб.] / О.М. Ткачук. – Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2013. – 204 с.
7. Ткачук О.М., Назаренко Н.С. Формування економічного, морального і духовного потенціалу суспільства / О.М. Ткачук, Н.С. Назаренко // Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації : зб. наук. ст. учасників 5-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції ; ПНПУ ім. В.Г. Короленка. – Полтава : АСМІ, 2013. – С. 51–54.
8. Ткачук О.М. Управління розвитком підприємництва в Україні / О.М. Ткачук, В.В. Турчак / Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. – № 1. – С. 56–64.