

КРЕАТИВНОСТЬ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ, КАК КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ, С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ

Лопатин Никита Алексеевич

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Казаринов Кирилл Валерьевич

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Широкова Василиса Владимировна

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Коренкова Марина Викторовна

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Кокшаров Артём Николаевич

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Беликова Дарья Александровна

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Богатырь Андрей Олегович

магистрант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Джумагулова Алёна Фёдоровна

канд. псих. наук, преподаватель, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург

Creativity and strategic thinking as the key competencies of the entrepreneur, from the point of view of psychology

Alena Dzhumagulova

candidate of Psychological Sciences, St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg

Nikita Lopatin

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Cyril Kazarinov

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Vasilisa Shirokova

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Marina Korenkova

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Artem Koksharov

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Daria Belikova

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Andrey Bogatyr

*master student, St. Petersburg National Research University of Information Technologies,
Mechanics and Optics, Russia, St. Petersburg*

Аннотация. В статье рассматриваются такие компетенции предпринимателя, как креативность и стратегическое мышление. Процесс их возникновения и история. В результате приводится обоснование важности этих компетенций для предпринимателя, с точки зрения психологии личности.

Abstract. The article deals with such competencies for entrepreneur as a creative and strategic thinking. The process of their occurrence and history. The result is a rationale for the importance of these competencies for the entrepreneur, from point of view of psychology of person.

Ключевые слова: предприниматель; предпринимательство; креативность; творчество; стратегическое мышление; стратегия; бизнес.

Keywords: entrepreneur; entrepreneurship; creativity; creation; strategic thinking; strategy; business.

Большинство требований к предпринимателю обусловлены характером его деятельности, сопряженной с принятием решений в условиях неопределенности и высоких рисков. Это исходит из определения самой предпринимательской деятельности, которая понимается как рискованная экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли

от производства, продажи товаров, оказания услуг и выполнения работ. Для достижения этой цели используются материальные и нематериальные активы, труд самого предпринимателя, а также привлеченных со стороны работников. Безусловно, рисковая деятельность предполагает отсутствие гарантий того, что затраченные средства окупятся, а произведенные товары или оказанные услуги принесут прибыль. С этим связан риск потерь всего или части имущества [12].

Что касается креативности - это латинское слово, которое переводится на русский язык как «творчество» или «сотворение из ничего» [2]. История этого понятия уходит далеко в древность. Тогда никто не говорил о креативности, всё предписывали мифической музе, или желанию Богов помочь творцу в создании уникального. Бетховен сообщал, что во время сочинения был охвачен «духом», который диктовал ему музыку. Аристотель выдвигал идею, что вдохновение порождается душой самого человека и последовательностью его умственных ассоциаций, а не божественным вмешательством. В XVIII веке считалось, что на креативность воздействуют генетика и среда. После этого в науке уже не упоминается сверхъестественный аспект креативности. В XX веке Фрейд предположил, что художники и писатели творят для того, чтобы выразить свои неосознанные желания. В 1966 году Элис Пол Торренс создал свои тесты оценки творческого мышления, которые сейчас используются для выявления креативности у будущих предпринимателей [14].

Креативность представляет собой общую черту личности, а не множество связанных между собой личностных черт, важную как в повседневной жизни, так и при осуществлении предпринимательской деятельности [3]. В первом случае креативность нужна в поиске новых идей [9].

Однако в данной статье мы рассмотрим креативность именно в контексте предпринимательства. Важность данной компетенции выделяют и психологи, изучающие психологические особенности предпринимателей, и бизнес-тренеры, имеющие опыт предпринимательской деятельности, и люди, не связанные с бизнесом, но участвующие в многочисленных опросах на предмет того, какими качествами должен, по их мнению, обладать предприниматель, чтобы быть успешным. Так, по результатам пятилетнего проекта по анализу «профиля предпринимателя», который проводился фирмой «Макбер энд компани» при поддержке американского агентства по международному развитию и национального научного фонда США, поиск возможностей оказался на первом месте среди личностных качеств, проявляемых успешными предпринимателями [5].

Предприниматель отличается тем, что часто действует вопреки сложившимся стереотипам - может добавить одну деталь, или перевернуть всё вверх ногами, придумать принципиально новое, или разобрать и сложить по-другому нечто привычное, найти способ взглянуть на статические системы динамически. Традиционно к творческим индивидуумам относят художников, скульпторов, писателей, поэтов, фотографов - людей, реализующих свои способности в различные виды творчества [4]. Но очевидно, что предпринимательство - это тоже творчество, которое требует креативности.

Креативность позволяет предпринимателю:

- Создавать конкурентное предложение на рынке;
- Упрощать свою жизнь;
- Находить пути для самореализации;
- Реализовывать свой творческий замысел;
- Генерировать хорошую идею, которая выведет компанию из тупиковой ситуации;
- Не решать за другого человека любого возраста его проблему, а решать эту проблему вместе с ним, укрепляя его веру в свои силы, свои возможности, в самого себя; [8]
- Создавать уникальное, запоминающееся послание для аудитории.

Новаторство, с точки зрения психологии, является неотъемлемой потребностью, преимущественным способом выражения жизненной позиции, и в любом возрасте предприниматель может её развивать.

Помимо творчества, предпринимателю особенно характерно стратегическое мышление. Именно оно позволяет предвидеть потенциал рынка, нового продукта или направления. Сами понятия «стратегия» и «стратегическое мышление» пришли в мир бизнеса из военного искусства. Древнекитайский автор популярного среди управленцев трактата «Искусство войны» Сунь-Цзы говорил: «Искусство стратегического мышления должно культивироваться длительное время. Ибо о стратегических проблемах необходимы глубокие размышления» [11]. Он же поясняет: «Мастер стратегии способен выйти за пределы непосредственно данного, чувствовать то, что находится далеко, и предвидеть события задолго до того, как они произойдут ... использовать свой ум, чтобы проникнуть в самую суть вещей. По существу ум стратега – такой же, как ум глубокого мыслителя». Таким образом, в словах мыслителя мы можем узнать такие современные управленческие навыки, как прогнозирование и предугадывание, детальный анализ и синтез, и следующие за ними целеполагание и стратегическое планирование. По мнению Сунь-Цзы, стратеги выигрывают войну прежде, чем она начнется.

Об источниках стратегического мышления интересны слова основателя школы сценарного анализа в психологии Эрика Берна: «Стратегия рождается там, где есть игра и там, где есть выигрыш. Именно поэтому в основе стратегического мышления лежит сообразительность, изобретательность и находчивость» [1]. Следует отметить, что в рамках концепции игра противопоставляется остальным процедурам, не требующим от участника стратегии хитрости, и не приносящим выигрыш названным исходным предпосылкам следует добавить совокупный объем знаний и опыта, а также способность к широкому и комплексному восприятию мира.

Что касается применения термина «стратегическое мышление» в рамках бизнеса, то на протяжении последних 90 лет многие теоретики и практики давали различные формулировки и интерпретации. Рассмотрим несколько самых распространённых. Хендерсон сказал, что «стратегическое мышление – это обладание воображением, чтобы изобретать альтернативные курсы действий, и логикой, чтобы анализировать их последствия» [13]. Генри Минц-берг определял стратегическое мышление как отличительный навык менеджера, позволяющий создавать новые стратегии, способные переписать правила конкурентной игры, опираясь на предвидение будущего, кардинально отличающегося от настоящего [7]. Для Кеничи Омае стратегическое мышление – это способность творчески и активно мыслить, рождать динамические идеи и цели [10]. Различными авторами приводятся и другие дефиниции, а общий смысл всех определений сводится к следующему: это некий навык или умение думать стратегически, наперёд, создавая из отдельных элементов единую цельную картину будущего, строить цели, осознавая взаимозависимость всех элементов и логические связи между ними для различных альтернатив. Это исчерпывающее суммарное определение из имеющихся, однако, под этим термином понимается нечто немного другое. Для авторов статьи стратегическое мышление – это ключевая компетенция предпринимателя или менеджера, являющаяся собой результат синтеза следующих параметров: опыт ведения бизнеса, комплексное понимание внутренней и внешней среды, тенденций рынка, а также предрасположенность к всестороннему пониманию процессов и элементов, что в итоге позволяет сводить процесс прогнозирования, планирования и принятия решений к интуитивному уровню.

В рамках рассматриваемого вопроса интересны принципы стратегического мышления, приведенные Линдгреном и Банхельдом [6]. Первый из них гласит: «Мыслите парадоксами» и подразумевает принятие того факта, что мир, в частности, мир бизнеса, полон противоречий. В процессе принятия решений всегда приходится маневрировать между противоположностями: между старым и новым, постоянством и изменением, структурой и гибкостью, принципами и нарушениями правил и т.д. Авторы призывают осознать и принять тот факт, что мир разнообразен и многогранен, идеальных решений нет, а ситуации, когда приходится искать золотую середину и маневрировать между противоречащими условиями – это нормально. Далее, «Мыслите категориями видения»: речь идёт о контрольных точках и регулярном приведении воедино контрольных точек и видения. Таким образом, при обновляемых точках, попадающих в диапазон видения, все ситуации распадаются на два вида:

когда ясно, куда стремиться (ниже точки) и когда нужно сохранить позиции и строить новую точку (выше). Третий и четвертый принципы гласят: «Мыслите нестандартно», что не требует пояснений, и «Мыслите в соответствие со временем», – призыв не только спешить, но и учитывать скорость тенденций рынка и развития технологий. В следующих принципах авторы призывают мыслить ресурсами, жизненными циклами и экспериментами. Последнее заслуживает отдельного внимания и отражает современную тенденцию, известную как итерационный подход и применяемую инновационными проектами. Все эти принципы, по мнению авторов статьи, наиболее полно отображают опорные точки для управленцев.

Заслуживает отдельного внимания выдвинутое Омае и Минцбергом мнение о сопоставлении стратегического мышления и стратегического планирования. Омае первым высказал мысль о том, что «Стратегическое планирование изгоняет из компаний стратегическое мышление», а Минцберг развил тему, целенаправленно разделяя эти процессы в контексте антагонизма правого и левого полушария. Авторы, в том числе имели в виду тот факт, что планирование на основе нормативных показателей ставит менеджеров в ситуацию, когда свободное мышление, приводящее к эффективным решениям отходит на второй план. Это вынужденная мера, так как приходится подстраиваться под конкретные цифры, это связывает руки и сильно ограничивает маневр, тем самым, стратегическое мышление сковывается и сходит на нет [10; 15].

Соглашаясь с подобной лишь от части гипотезой, однако считаем, что она недостаточно развита, еще не существует надежно аргументированных трудов, подтверждающих теорию, а планирование и соответствующее мышление идут на практике бок о бок. Но при этом не можем не заметить, что ни то, ни другое нельзя исключить, ибо в таком случае стратегическое управление станет неполноценным и несостоятельным.

Однако если нужно выбирать, то стратегическое мышление, на наш взгляд, важнее, и когда речь идет о достаточно развитой форме данной компетенции, то с её помощью предприниматель способен развивать свой бизнес интуитивно и без четкого плана.

Список литературы:

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Эксмо, 2012.
2. Волчихин В.И., Пащенко В.Г. Креативность и вузы // Труды Международного симпозиума «Надежность и качество» 2007.
3. Кузьмин С.Ю. Креативность – качество личности, направленное на управление развитием мыслительной деятельности // Известия Волгоградского государственного технического университета 2009; №6, том 10
4. Кузьмина Т.И., Мандрик Н.В. Креативность – основа разработки и принятия уникальных управленческих решений // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова 2014; №3, том 10.
5. Крупанин А.А. Основы многоуровневого регулирования предпринимательства. СПб.: Астерион, 2008. С.402.
6. Линдгрэн М., Бандхольд Х. Сценарное планирование: связь между будущим и стратегией. – М.: Олимп-Бизнес, 2009.
7. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. – М.: Альпина Паблишер, 2012.
8. Морозов А.В. Креативность как основа инновационной активности и профессионализма современного руководителя // Психология в экономике управления 2014; №1, С. 125–129.
9. Новосёлов С.А., Попова Л.С. Управление креативностью как фактор профессионального

развития личности // Педагогическое образование в России 2012; №3.

10. Омае К. Мышление стратега. Искусство бизнеса по-японски. – М.: Альпина Паблишер, 2014.

11. Фу Чек Тек. Воспоминания древнего стратега. Мышление Сунь-Цзы. – М.: Гиппо, 2004.

12. Haidar J. I. Impact of Business Regulatory Reforms on Economic Growth // Journal of the Japanese and International Economies, Elsevier. 2012. vol. 26(3), pages 285–307, September.

13. Henderson B.D. The Logic of Business Strategy. Cambridge, Mass.: Ballinger, 1984.

14. Kyung Hee Kim, Can We Trust Creativity Tests? A Review of the Torrance Tests of Creative Thinking (TTCT) // Creativity Research Journal, 2006 Vol. 18, № 1, 3–14.

15. Mintzberg H. The Fall and Rise of Strategic Planning // Harvard Business Review. Vol. 62, January-February, 1994.