



**Татьяна КУШНИКОВА,** заслуженный экономист Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, мастер делового администрирования, региональный эксперт конкурса молодежных инновационных проектов «Зворикинская премия», действительный член профессионального клуба директоров «Президент», старший партнер ООО «Консалтинговый центр «А+», член Торгово-промышленной палаты ХМАО – Югры

**О**снова любого дела – отличная идея плюс огромное желание воплотить ее в жизнь. Эта универсальная формула действует во всех областях человеческой жизни. Если вы хотите организовать свой бизнес, ответьте сами себе на два вопроса: есть ли у вас интересная бизнес-идея и готовы ли вы приложить усилия для ее реализации? «Новая» идея – это сочетание старых элементов в новой комбинации. Умение создавать новые комбинации зависит от способности разглядеть взаимосвязь между элементами, которые кажутся не связанными. Считаю, что отличную идею можно «умственно родить», если у вас есть способности к неординарному мышлению, к творчеству, креативности.

#### Происхождение креативности

Традиционно считалось, что творческие способности возникали постепенно, в течение длительного времени, и явились следствием культурных и демографических изменений, в

частности, роста численности народонаселения. Понятие «креативность» стало психологической категорией только к началу 50-х годов XX века. Пионером в области креативности является Дж. Гилфорд. С этого времени под этим понятием понимается общая способность человека к творчеству, которая проявляется в различных сферах его активности. По второй гипотезе, высказанной в 2002 году антропологом Ричардом Клайном из Стэнфордского университета, креативность возникла вследствие внезапной генетической мутации около 50 тысяч лет назад в мозге человека.

Как показывает опыт успешных компаний, креативные решения и инновации не только дают мощные конкурентные преимущества, но и полностью меняют рынки. Какими методами пользуются и какими качествами обладают менеджеры, благодаря которым организации совершают прорыв? Об этом вы можете прочитать в сборнике «Креативное мышление в бизнесе».

Работая много лет с предпринимательским сообществом, считаю, что есть три важных качества настоящего предпринимателя: способность идти на риск (продуманный); брать на себя ответственность за новые решения в бизнесе и быть готовым к любым изменениям на рынке (склонность к нововведениям (новациям)).

«Новация представляет собой какое-то новшество, которого не было раньше: новое явление, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей».

Инновация – это ответ компании на новые обстоятельства, связанные с креативностью, вызов устоявшимся представлениям. В этом смысле она является неотъемлемым атрибутом личности.

#### Творческое мышление

Без мощного и непрерывного притока свежих идей организации просто прекратили бы свое существование. Поэтому главный вопрос, ответ на который должны найти руководители компаний, –

терского мастерства Константин Станиславский.

#### Поиск креативных решений в бизнесе

Приведу высказывание самого продвинутого предпринимателя в мире Билла Гейтса: «Единственный производственный капитал Microsoft – это человеческое воображение». Мне близка и разновидность создания новой креативной идеи в виде системы обнаружения, которую описал Питер Кук как «запланированное везение». Ее суть в следующем: благоприятных возможностей вокруг много, но лишь некоторые компании создают системы для их обнаружения.

В основе «запланированного везения» лежит внутренняя настроенность на поиск альтернатив и возможностей. Другими словами, неожиданная креативность становится более вероятной в том случае, когда человек или организация целенаправленно занимается поиском благоприятных возможностей и их использованием.

#### Как научиться мыслить более творчески?

Здесь можно предложить несколько вариантов. Например, записывать все приходящие в голову идеи, как хорошие, так и плохие. Когда вы занимаетесь творческой работой, не стоит слишком критично к себе относиться. Дайте себе побольше времени на размышления. Некоторые психологи советуют разыграть решаемую задачу в лицах или нарисовать ее схему, чтобы создать о ней более наглядное представление. Они рекомендуют разговаривать вслух с самим собой и, разыгрывая задачу в лицах, проходить через все ее решения. Всегда полезно идти по стопам известных творчески мыслящих людей и проявлять упорство. Вот несколько советов по развитию креативности.

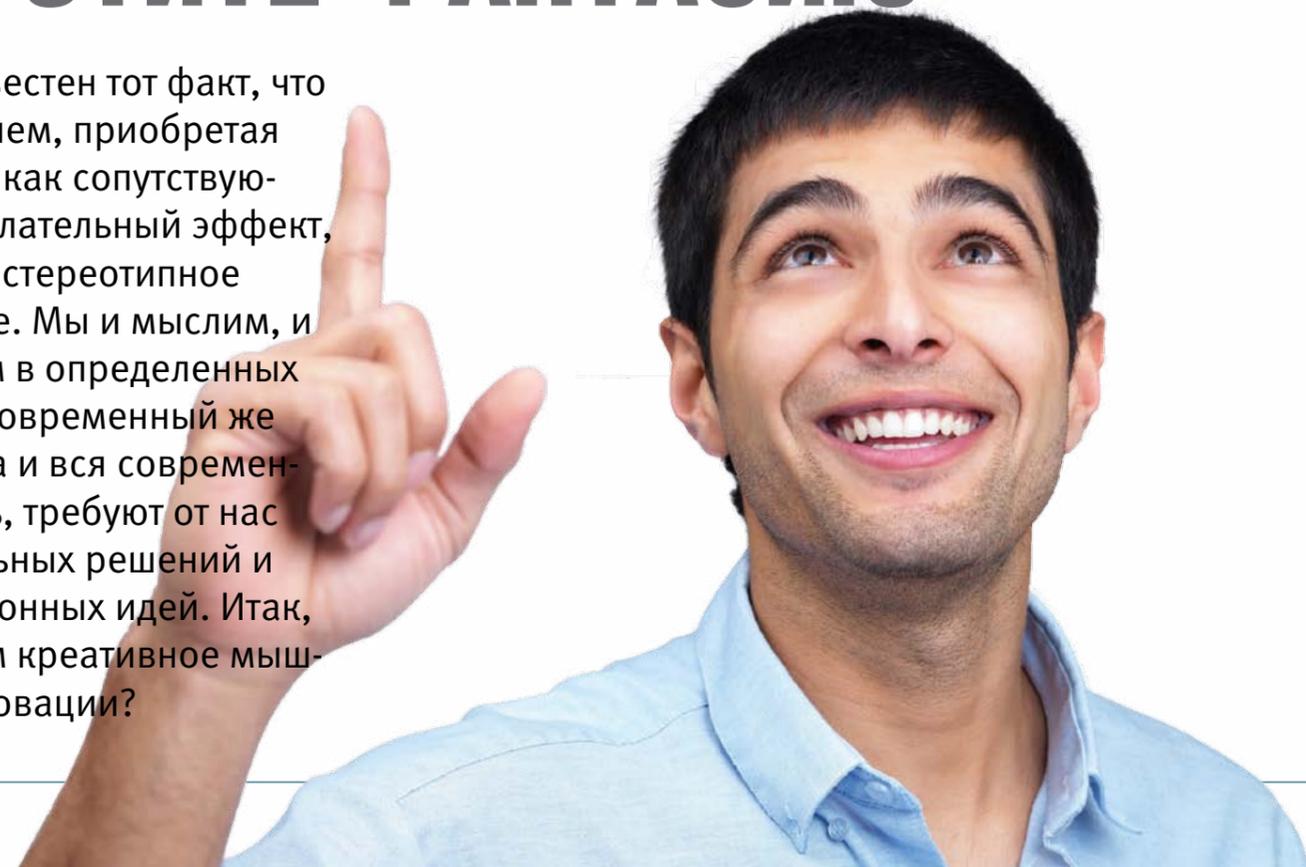
- Сознательно прилагайте усилия к тому, чтобы проявлять оригинальность и выдвигать новые идеи.
- Не беспокойтесь о том, что о вас могут подумать люди.
- Старайтесь мыслить широко, при этом не обращая внимания на запреты.
- Если вы ошиблись при первой попытке, рассмотрите другие варианты и попробуйте найти новые пути.
- Будьте всегда открыты для дискуссии и проверяйте свои предположения.
- Ищите объяснения странных и непонятных вещей.
- Ищите необычные способы применения обычных вещей.
- Откажитесь от привычных методов деятельности и попробуйте поискать новые подходы.

Технологии рекламы, маркетинга и PR устаревают быстрее других, поскольку они находятся на переднем крае конкурентной борьбы – и в этих сферах нужно быть постоянно готовым к разработке и внедрению новых методов работы. Изменения на рынке будут всегда, вопрос лишь в том, кто быстрее и лучше будет им соответствовать. Желаю вам успеха.

Фото: фотобанк «Лори»

# СПУСТИТЕ ФАНТАЗИЮ

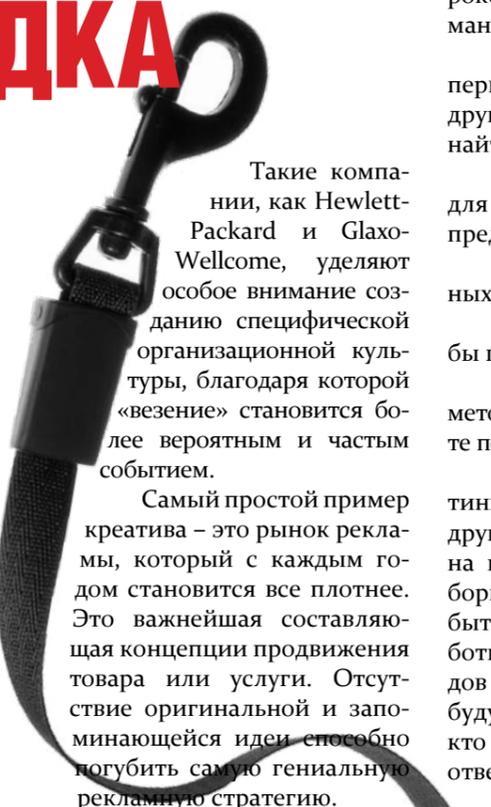
Давно известен тот факт, что со временем, приобретая опыт, мы, как сопутствующий нежелательный эффект, получаем стереотипное мышление. Мы и мыслим, и действуем в определенных рамках. Современный же бизнес, да и вся современная жизнь, требуют от нас оригинальных решений и инновационных идей. Итак, зачем нам креативное мышление и новации?



# С ПОВОДКА

как извлечь реальную пользу из творческого потенциала своих сотрудников и, развив этот потенциал, трансформировать его в инновации.

Многие психологи, с которыми я общалась, учаь по программе «МВА», понимают под креативностью способность видеть вещи в новом и необычном свете и находить уникальные решения проблем. Согласно многочисленным результатам компетентных исследований, не все люди с высоким IQ обладают креативностью. Однако существует множество методик по ее развитию. Они нужны талантливым людям и организациям, чтобы лучше раскрыть свой потенциал. Именно для этого, например, создавал свою знаменитую методику ак-



Такие компании, как Hewlett-Packard и Glaxo-Wellcome, уделяют особое внимание созданию специфической организационной культуры, благодаря которой «везение» становится более вероятным и частым событием.

Самый простой пример креатива – это рынок рекламы, который с каждым годом становится все плотнее. Это важнейшая составляющая концепции продвижения товара или услуги. Отсутствие оригинальной и запоминающейся идеи способно погубить самую гениальную рекламную стратегию.