# *глубинный источник идей*

## *структура творческого созидания*

*Как реклама является двигателем торговли, так инновации лежат в основе развития бизнеса. Творчество вообще, в чем бы оно ни проявлялось – в науке, искусстве, повседневной бытовой деятельности или предпринимательстве, не только и не столько направлено на возвращение нас к историческим реалиям, сколько на отражение прогресса и даже его непосредственное осуществление.*

***Ротов А.С.***
*аспирант кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов*

Некоторые авторы считают, что *творчество* – вид человеческой деятельности, направленный на генерацию нестандартных решений. Для него необходимы объективные (социальные и материальные) и субъективные личностные условия (знания, умения, творческие способности) и результат которого обладает новизной, оригинальностью, личной и социальной значимостью. Другие определяют его как основу человеческой жизнедеятельности, наивысший уровень активности [1, с. 43]. Новейший философский словарь утверждает, что у живых организмов творчество выступает в форме их приспособления к изменениям окружающей среды, в том числе и на уровне качественного изменения поведенческих сценариев [2]. Экономические источники смещают акцент определения в сторону деятельности по созданию культурных ценностей.

С.Л.Франк трактует творчество, как активную деятельность, в процессе которой из души человека появляется нечто новое. Его точка зрения включает также необходимость цели творческой деятельности, продиктованной

человеку потребностями его природного существа. Творчество – это порождение духа. «Когда цель есть нечто совершенно новое, небывалое – некий идеал, рождающийся из глубин человеческой души, – мы имеем дело с элементом творчества, даже в составе чисто рациональной деятельности» [3, стр. 275, 278, 281]. Схожее понимание демонстрирует А.К.Сухотин: «Что бы человек ни создавал, чем ни занимался, его работа будет творческой, если он приступил к ней из личных побуждений, глубоко заинтересован, увлечен и сполна отдается ей» [4, стр.104]. Однако данное определение слишком широко, оно выходит за рамки творчества и даже созидания вообще, т.к. не подразумевает созидательности процесса.

Определяя *созидание*, большинство словарей сходится в том, что этот термин аналогичен созданию, как описанию некоего действия, процесса. Причем, под самим созданием подразумеваются действия по созданию как материальных благ (построение, возведение, написание, рисование), так и нематериальных (выдумывание, размышление, изобретение, сочинение). Словарь Даля кроме прочих сравнений приводит глаголы «творить» и «производить» [5], которые представляются ключевыми в определении.

Именно творческий и производственный контексты созидания можно рассматривать как две противоположных и достаточных категории, описывающих все возможные процессы создания благ. Следует отметить, что под производственным контекстом имеется в виду не производство, как хозяйственный процесс, а бытовое не инновационное создание благ. Сюда включаются все виды деятельности, продукты и сама идея которых появления не являются оригинальными, а скорее повседневными, поточными, массовыми, периодически возникающими. Творческое создание, напротив, несет идею уникальности, нового, необычного решения какой-то задачи или удовлетворения

***творчество – вид человеческой деятельности, направленный на генерацию нестандартных решений***

собственных потребностей в реализации творческого потенциала.

Если определить творчество, как деятельность, направленную на самовыражение индивида как личности, следует обратить внимание на наличие некоторых условий, среды, в которой это выражение возможно. Творческий потенциал складывается из системы свойств характера, личностных качеств, имеющихся знаний и опыта, а также умения управлять собственными внутренними ресурсами и адаптироваться к внешним, осуществляя творческую деятельность. Естественно, значительное влияние на проявление творчества оказывают внешние условия, причем как текущие, так и сформировавшие некогда творческий потенциал индивида. К ним относятся факторы удалённой среды (политико-правовые, экономические, социокультурные, технологические условия, информационная среда, географическая и этническая среда) и непосредственное окружение (бытовые условия, психическое и физическое состояние, образование и воспитание, трудовые условия, положение в социуме).

***значительное влияние на проявление творчества оказывают внешние условия, причем как текущие, так и сформировавшие некогда творческий потенциал индивида***

Из творческого созидания (творчество) можно выделить несколько основных комплексов сфер его проявления – художественное, научное, бытовое и бизнес-творчество. Структурно они представлены на *рисунке 1*.

Границы между указанными сферами могут быть нечеткими, т.к. отдельные виды деятельности зачастую попадают в разные блоки в зависимости от области применения. К примеру, приготовление блюд для домашнего потребления есть не инновационное производство, однако если семейный повар проявляет творческий подход и способен удивить новыми рецептами и кулинарными изысками домочадцев и гостей, это уже бытовое творчество.

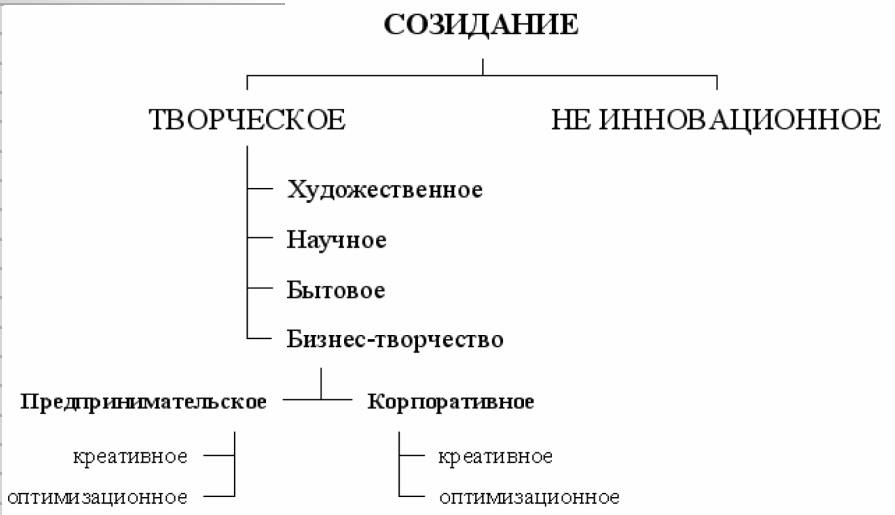



*Рис. 1.* Структура творческого созидания

Более того, возможно даже повышение уровня творчества до художественного, если кулинарию рассматривать как подвид искусства.

Даже более традиционные виды искусства – изготовление поделок из дерева или роспись матрешек – могу относиться как к бытовому, так и к художественному творчеству. Причем, как только этот продукт направляется на рынок, то творчество имеет смысл рассматривать уже в контексте бизнеса. Однако появляется вопрос, не перестает ли оно при этом быть творчеством вообще.

Творчество в рамках малого предпринимательства или крупного бизнеса с одной стороны и вне его – с другой имеет ряд принципиальных отличий. Предпринимательство – стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, антибюрократизма, постоянной инициативы, ориентации на инновации, нововведения [6, стр. 97]. Таким образом, предпринимательство организует ресурсы под началом творческих процессов с целью получения прибыли. В наличии конкретно сформулированной цели и соответствующем управлении предпринимательской структурой

и заключается специфика творчества в сфере бизнеса. Если в повседневной сфере творчество может пониматься как психофизиологический процесс или умение (предрасположенность) созидать на благо самого автора или общества в целом (т.е. ради созидания вообще), то предпринимательское творчество представляется родом деятельности, имеющей установленные ориентиры (т.е. ради цели).

Однако бизнес – достаточно широкая сфера, чтобы творчество можно было рассматривать в едином массиве. Имеет смысл деление на две ветви: творчество на уровне менеджмента (предпринимательское) и на операционном уровне (корпоративное). Такое разделение обуславливается разным функционалом, а, следовательно, разными задачами. Под менеджментом понимается персонал, принимающий решения в области планирования стратегии развития предприятия, определения и обоснования новых продуктовых или территориальных направлений бизнеса, а также управления внутренними процессами компании или ее бизнес-единиц и т.д. Корпоративное творчество относится к исполнителям – офисным работникам или рабочим на производстве.

В рамках обеих ветвей творческие процессы могут иметь два типа направлений по отношению к компании: вовне и вовнутрь. В первом случае творец как субъект, осуществляющий творческий вклад, не является непосредственным потребителем результатов применения предлагаемых инноваций. Примером может служить решение о выводе нового продукта на рынок, аудиторией, ощутившей результат данного творчества, будут в первую очередь потребители данного продукта. В то же время, топ-менеджер может реализовать оптимизационное творчество, выдвинув предложения по реорганизации внутренних процессов в компании. Эти улучшения непосредственным образом скажутся либо на самом руководителе, либо

***предпринимательство организует ресурсы под началом творческих процессов с целью получения прибыли***

***творческие процессы могут иметь два типа направлений по отношению к компании: вовне и вовнутрь***

на его подчиненных, т.е. в данном случае творца можно приравнять к потребителю результатов нововведения. Аналогично и на более низких уровнях иерархии: рабочий, предлагающий усовершенствование производственной системы является оптимизатором внутренних процессов компании, это непосредственным образом скажется на эффективности его труда. В то же время сотрудник, предлагающий оригинальный дизайн упаковки нового продукта или план эффективных коммуникативных мероприятий по продвижению новинки на рынок, решает рыночные задачи, внешние для компании.

***Литература***

1. Шубаева В.Г. Формирование и управление развитием творческого потенциала предпринимательских структур. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. – 259 с.
2. Новейший философский словарь [Электронный ресурс]: 3-е изд. – Электрон. дан. – М.: Книжный Дом. 2003. – 1280. – Режим доступа: http://slovari.yandex.ru/dict/phil_dict
3. Франк С.Л. Реальность и человек / Сост. А.А. Ермичева. – СПб.: РХГИ, 1997.
4. Сухотин А.К. К характеристике творчества // Социально-философские проблемы творческой активности ученых и инженеров / Томский научный центр Со АН СССР. – Томск, 1990. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М.: ИДДК, 2001. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
5. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М.: ИДДК, 2001. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
6. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия: Философия организации. Инструментарий. – СПб, Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 113 с.

КЭ