

Сай А. В., здобувачка вищої освіти гр. БА-211
Науковий керівник – **Шакун Н. В.**, кандидат філософських наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

КРЕАТИВНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ЙОГО ОЗНАКИ

За останні кілька десятиліть креативні індустрії, такі як медіа, дизайн, музика, технології, стали основною силою, що прискорює розвиток суспільства та розв'язує різні проблеми. У сучасному світі креативність є дуже важливим компонентом у всіх сферах життя.

Передумови осмислення феномена креативного суспільства закладено у філософії абсолютного ідеалізму Джойса Ройса. Філософія Ройса підготувала ідейний та понятійний каркас для конструювання в рамках релігійної філософії моделі божественного творіння у соціальному вимірі. Його втілення виступає як улюблене співтовариство, де панує дух творення та співчуття. Філософія лояльності Дж. Ройса пропонує досить конкретний сценарій та інструментарій побудови такої спільноти, яка не обмежена будь-якими національними чи державними рамками. Цей сценарій розглядався їм як гранично універсальний, застосований до людства в цілому.

Американський філософ Джон Дьюї також розглядає мислення як сутнісний вияв природи людської креативності та звертає увагу на її практичні функції у соціальній дійсності. У цьому контексті освіта відіграє важливу роль у побудові демократичного суспільства та творчому здійсненні у ньому ідеалу спільноти Ройса. Освіта покликана виходити за межі відтворення традиційних звичок і мотивувати молодих людей до побудови спільноти, яка змогла б стати кращою за попередню, подолати найгірше з наявного досвіду на шляху до реалізації інтересів кожного на легітимній основі відкритого, динамічного та демократичного суспільства.

Креативне суспільство - це суспільство, що засноване на творчих здібностях, інноваційних технологіях та креативності. Креативне суспільство засноване на розумінні того, що творчість - це не лише естетичний аспект, а й ключ до економічного успіху та соціальної стабільності. Розвиваються культурні та творчі індустрії, які включають мистецтво, дизайн, музику, кіно, театр, літературу, архітектуру та інші галузі. Крім того, це суспільство сприяє розвитку нових технологій, які забезпечують інноваційний розвиток.

Для створення креативного суспільства необхідно сформуванню креативний клас, який складається з людей, які займаються інноваційними розробками у різних галузях. Представниками такого класу є викладачі університетів, архітектори, журналісти, дизайнери, художники, письменники тощо. Творчий потенціал людей може максимально розкритися лише у такому суспільстві. Гуманізм є ключовою складовою формування такого суспільства, де головною цінністю є людина. Також важливим є духовне багатство та відкритість абсолютно до всього нового.

Саме креативне мислення, що сприяє креативній мобілізації суспільства щодо індивідуальних інтересів та суспільних цінностей, може відіграти найважливішу роль у подібному реформуванні соціальної дійсності.

Американський соціолог та економіст Р. Флорида розглядає креативне суспільство як закономірний продукт розвитку креативної економіки, що розширює та обґрунтовує перспективи найповнішої реалізації людського потенціалу. Його робота «Міста та креативний клас» описує поряд із можливостями безліч перешкод на шляху трансформації креативної економіки в креативне суспільство. Серед них слід відзначити дедалі більшу економічну та соціальну нерівність, нетерпимість щодо різноманітних форм життя та нестачу природних ресурсів для забезпечення реалізації творчого потенціалу кожного індивіда. Креативна економіка має поступитися місцем креативному суспільству, яке покликане стати «справедливішим, більш рівним, більш стійким і процвітаючим».

Ознаки креативного суспільства:

1. *Зосередженість на творчості*: креативне суспільство ставить на перший план розвиток творчих здібностей та знань у креативній сфері. Воно віддане створенню нових ідей та продуктів, які змінюють світ.

2. *Інноваційність*: креативне суспільство відкрите для новаторських рішень та інновацій. Воно активно працює над розвитком нових технологій та продуктів, які відповідають на потреби суспільства та дозволяють робити роботу більш ефективно.

3. *Колаборація*: креативне суспільство сприяє колаборації та обміну ідеями між різними людьми та секторами. Воно розуміє, що ідеї та рішення можуть виникати з різних джерел, і створює середовище, яке підтримує співпрацю та обмін знаннями.

4. *Гнучкість*: креативне суспільство готове швидко реагувати на нові виклики. Вирішення проблем неординарним способом. Воно визнає, що світ змінюється дуже швидко та завжди потребує нових рішень та інновацій.

5. *Підтримка креативності*: стабільне інвестування у креативність у формі витрат на інновації у різних сферах. Креативне суспільство забезпечує підтримку та стимулювання креативності у своїх громадян. Воно створює середовище, в якому люди можуть вільно виражати свої ідеї.

Креативність є важливим елементом в багатьох галузях, оскільки вона дозволяє людям розв'язувати проблеми та вирішувати завдання, застосовуючи нові та нестандартні підходи. Ось кілька прикладів того, як креативність відіграє роль у різних галузях:

Мистецтво та дизайн: створення оригінальних творів, скульптур, картин і не тільки, які наповнені естетичною красою та вражають фантазією; Мистецтво вимагає індивідуальної експресії та творчого мислення, а дизайн допомагає створювати естетично привабливі та функціональні об'єкти.

Наука та технології: Інженери та науковці, які займаються дослідженнями та розробкою нових продуктів та технологій, часто використовують креативний підхід, щоб розв'язувати складні проблеми та знайти нові рішення. Нові формули та методи, що підвищують продуктивність технологічних процесів. Розробка нових програм або програмних продуктів, які забезпечують системну безпеку.

Бізнес та економіка: розробка нестандартних стратегій для вдалих угод в бізнесі; Креативні маркетологи та рекламні агентства здатні створювати ідеї та концепції, які викликають емоції у споживачів та сприяють збільшенню продажів. Створення рекламних кампаній з нестандартним та унікальним підходом. Підвищення привабливості та якості продуктів для залучення більшої кількості споживачів.

Освіта та соціальний розвиток: Важливо у навчанні та освіті, оскільки вона допомагає розвивати творче мислення та сприяє формуванню інтелектуальних навичок. Креативні підходи до навчання можуть допомогти учням більш ефективно засвоювати матеріал та розвивати свій потенціал. Створення креативних програм, які поєднують у собі різні наукові галузі. Вироблення нових стратегій соціального розвитку, що забезпечують успішну їх реалізацію.

Переваги креативного суспільства:

Зростання економіки та ринку праці: Креативність стимулює інновації та розвиток нових ідей, що сприяє зростанню ринку праці та економіки в цілому. Творчі професії, такі як художники, дизайнери, письменники, музиканти, технічні творці тощо, стають все більш популярними, а це стимулює розвиток відповідних галузей та створення нових робочих місць.

Розвиток творчих професій: можливість і навіть необхідність поєднувати творчу і професійну реалізацію; забезпечує більшу гнучкість та свободу в роботі; стимулюючи творчість, креативне суспільство допомагає розвивати творчий потенціал людей, що підвищує рівень культурної та соціальної освіченості громадян.

Розвиток критичного мислення: важливо для здатності людини аналізувати та оцінювати інформацію, що надходить до неї. Це допомагає людям бути більш самостійними та не залежними від зовнішніх думок та впливів.

Покращення якості життя: забезпечує людям більшу свободу виразу та індивідуальності, що може позитивно вплинути на їхнє психологічне благополуччя та рівень задоволення життя. Крім того, розвиток культури та мистецтва надає людям можливість відчувати себе більш повноцінними членами суспільства та збільшує їхню соціальну активність.

Підсумувавши, можна сказати, що креативне суспільство - це не тільки напрямок розвитку, але й особлива культура сприяння, в якій люди вільно реалізують свої ідеї та знаходять інноваційні рішення в різних галузях. Воно відкриває нові можливості для розвитку економіки, соціальної сфери та художньої культури, забезпечуючи здатність суспільства адаптуватися до нових викликів та інновацій.

Список використаних джерел

1. Креативність – головна якість людини в 21 столітті. URL: <https://vybor.zp.ua/?p=9802>.
2. Креативність – головна здібність людини в XXI столітті. URL: <https://creativecountry.org/creativity21>.
3. Креативність та освіта: чому це має значення? URL: http://gohigher.org/creativity_and_education.

Сакун В. С., здобувач вищої освіти третього рівня гр. АСД073-22
Науковий керівник – **Киселиця С. В.**, кандидат філософських наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАПИТ НА ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ

Досвід роботи провідних зарубіжних і вітчизняних підприємств ветеринарної медицини підтверджує пріоритетну роль застосування інноваційних управлінських підходів як надійного механізму узагальнення й інформаційного моделювання ринку послуг ветеринарної медицини у глобальному світі. Серед інноваційних рішень в управлінні підприємствами ветеринарної медицини слід виокремити: клієнтоорієнтований підхід із широким використанням маркетингових досліджень, використання спеціалізованого програмного забезпечення та новітніх наукових розробок. Ці підходи дають змогу організувати й управляти діяльністю підприємств ветеринарної медицини із врахуванням процесів і відносин, які складаються на ринку. Ринкова маркетингова інформація – це комплексне знання ринку, яке включає вивчення факторів, без знання і аналізу яких вірогідність прийняття необґрунтованого, або позитивно-окупного рішення є досить високою [1]. Тому для підприємств ветеринарної медицини пріоритетною інформацією має бути оперативна цінова інформація на ринках різних рівнів, рівень конкурентоспроможності послуг, про запити споживачів.

Важливою є інформація для підприємств, учасників ринку, щодо новин в галузі ветеринарної медицини, статистичних повідомлень про послуги конкурентів і ціни, комерційні пропозиції. В Україні вже існує низка маркетингових проєктів, що передбачають і надають підприємствам ветеринарної медицини, відповідно учасникам ринку, таку інформацію: щодо цін, які формуються на ринку послуг; аналізують і прогнозують цінові тенденції та розвиток цінової ситуації на ринку; про круглі столи, виставки, семінари, тренінги, які відбуваються з учасниками ринку; статистичні дані про виробництво, переробку, споживання продукції, прогнозують очікувані зміни; прайс-пропозиції від підприємств, які надають ветеринарні послуги; інформують про законодавчі зміни [2].

Інформаційне забезпечення управління базується на використанні як соціально-економічної, так і наукової інформації. Особливість маркетингової інформації полягає в необхідності вивчення характеристик послуги із врахуванням існуючих і перспективних можливостей ринку, комплексного аналізу всіх його складових. Разом з тим, використання