

КРЕАТИВНИ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ЗА ТЯХНОТО РЕАЛИЗИРАНЕ

Румен Андреев*

Увод

Културните преломи разкриват различни възможности като: нови групи клиенти, начини на купуване, нови потребности, технологии. Всяка промяна отваря вратите за множество печеливши стратегии. След като създали настолния персонален компютър Стив Джобс и екипът му създали айпада, айфона и други продукти, които дори не сме си представяли. Десетилетия мениджърите са обучавани, че за да успеят трябва да са гъвкави и да променят плановете си в непрекъснато променящата се среда. Компаниите трябва да са гъвкави, за да са конкуренти и да реагират на пазарните промени. Операционната ефективност не е стратегия, тя е необходима, но не е достатъчна за стратегията. Операционната ефективност и стратегията са есенцията на добрата политика и поведение, но са различни неща. Стратегията се основава върху уникални дейности, като същността на стратегията е да правиш това, което не правят конкурентите. **Основната ни теза е, че изграждането на стратегия в съвременния свят е трудно, свързано е с различни обрати, като динамиката на събитията и изобилието от информация затруднява прилагането на стратегиите. В статията са представени основните грешки, които допускаме при изграждането на стратегиите, които са породени от оптимизма и увереността, които въпреки че са необходими за всяко начинание, могат да ни отклонят и забавят, показани са някои начини за тяхното избягване. Следването на стратегия е свързано с придобиването на интуиция, която може да се изгради с придобиването на поведенчески и технически умения. Представени са новите информационни технологии и тяхното влияние върху хората.**

Измислянето на нова стратегия изисква забелязване на нова ситуация, която конкурентите не виждат. Думата *стратегия* произлиза от древногръцката дума *strategos* и означава „изкуството на водача“, идва от бойното поле, където генералите е трябвало да използват ресурсите си, за да спечелят военната кампания. Стратегията е изкуството да ръководиш силите, с които разполагаш, да командваш, да правиш маневри и избираш терена на

* Румен Андреев, доктор, доцент в катедра „Политическа икономика“, УНСС, email: randreev@mail.bg

битката. Стратегията изисква да се преценят резултатите и да се гледа няколко хода напред към главната цел. Стратегическата позиция не е винаги е очевидна, и за да се открие е необходимо творчество и прозрение. Стратегията е повече от наука – това е приложението на знанията към практиката, развитие на мисълта, способността да измениш първоначалната идея в зависимост от динамичните, постоянно изменящи се ситуации и обстоятелства, изкуството да се действа под натиска на сложни обстоятелства.

Изграждането на креативни умения и интуиция – способността да виждаш онова, което другите не могат

Според писателя Даниел Голман компания, която е преуспяла с прекарването на технологичен обрат на пазара, може да започне да изоставя от новите технологични вълни, ако е вътрешно фокусирана върху направената иновация и пропуска външните промени. Необходимата бизнес стратегията, за да се постигне успех включва, съчетаването на два подхода – експлоатация и изследване. Компаниите, които са в състояние едновременно да експлоатират и изследват Голман нарича „двуръки“. Изследването позволява откъсване от настоящия фокус, търсене на нови възможности, гъвкавост, откривателство и творчество. Експлоатацията е фокус върху това, което вече се прави, за да се подобри производителността и резултатите. Изследването е свързано с повече рискове, но успехът може да е много голям, докато експлоатацията е безопасен начин за получаването на печалба.

Стратегията изисква превключване от експлоатацията към изследването. Свързано е с противоположност в нагласите, което на когнитивно ниво включва изцяло различни умствени функции и невронни механизми. Мозъците на 63 опитни бизнес ръководители са били сканирани докато прилагали експлоататорска, изследователска или превключваща между двете стратегия. Експлоатацията е свързана с мозъчни механизми за лекота в позната практика, рентабилност и получаване на възнаграждение. Изследването мобилизира центрове в мозъка за контрол на вниманието за преодоляване на съществуващите практики, който невронауката нарича „когнитивно усилие“. Мисловното претоварване и стресът изтощават мозъчните механизми за подобно усилие и задържат мислите на бизнес ръководителите, които са на отговорни постове, поради което повечето от тях следват стратегията на експлоатация (Голман, 2016, с. 243-245).

Поведенчески и технически умения

Психологическа особеност на хората е да избягват усилията и да следват най-лесния начин за постигането на своите цели. Въпреки това, когато трябва

ва да се развива талантът, е необходимо усилие. То и чувството на неудовлетвореност, когато сме на границата на способностите си изграждат нови невронни връзки в мозъка, който работи като мускулите, необходимо му е натоварване. Стремейки се към целите си по определени начини, действайки на ограниченията на нашите възможности, и като правим грешки, ние ставаме по умни. Опитът от грешките, които ни забавят ни прави по-бързи и умели, без да го осъзнаваме. Човек придобива умения на ръба на своите способности. Писателят Даниел Койл нарича тази граница **златна точка**. В златната точка се изграждат необходимите невронни връзки за изграждане на таланта. Койл разглежда три зони на човешката дейност:

Зона на комфорт. Липсват усилия, работи се без напрежение. Успешните опити са над 80%;

Златна точка. Усещане за трудност, чувствителност към грешки. Успешните опити са между 50-80%;

Зона на оцеляване. Всичко се постига с големи усилия. Успешните опити са под 50%.

Съществуват различни начини за откриването на златната точка, но основният модел е човек да развие инстинкт за това какво може да постигне, като положи възможно най-големи усилия. Златната точка е малко над това, което са настоящите ни способности (Койл, 2013, с.55-57), (Coyle, 2009, p. 18).

При изграждането на умения е необходимо да се знае какъв вид умения се изграждат. Според Койл съществуват два вида умения:

- *Технически умения.* Тяхното постигане е резултат от повтаряща се дейност, при която се натрупва опит;

- *Поведенчески умения.* Свързани са с бързата способност да се разпознават модели и да се вземат интелигентни и навременни решения. Поведенческите умения се подчиняват на трите Р – Разчитане, Разпознаване, Реагиране. Тези умения са гъвкави и променливи и зависят от конкретната ситуация.

Техническите и поведенческите умения използват различни структурни вериги в мозъка и се изграждат чрез различни методи на обучение. Креативни умения са съчетание от техническите и поведенческите умения (Койл, 2013, с. 55-57).

Изграждането на *технически умения* е свързано с невроните в мозъка. Става бавно, като се следи за допуснатите грешки. Прецизността в началото на изграждането на тези умения е важна, защото се поставят основите на бъдещето развитие. Според невролозите нашите мозъци са добри в създаването на връзки, но не са толкова добри при тяхното разрушаване. Неправилното научаване е трудно за поправяне. Необходимо е бавно да се напредва, като се избягват грешките.

Поведенческите умения се изграждат в непрекъснато променяща се среда. Тук съществуват различни препятствия, като човек реагира на тях като изгражда невронни връзки за разчитане, разпознаване и реагиране на модели. Човек трябва да е агресивен, любопитен и експериментиращ, като допуска много грешки в началото, за да придобие поведенчески умения. Променливата среда и необходимите повторения налагат необходимост от ясна обратна връзка при развитието на поведенчески умения.

Придобиване на интуиция и силата на мигновени решения

През 60-те години на миналия век психологът Саруф Медник смята, че открива същността на креативността, дефинирайки я като асоциативна памет. Медник създава тест на далечната асоциация, който е използван по-късно от немски психолози, които изследват как настроението влияе на креативността. Според получените резултати доброто настроение, интуицията, креативността и лековерието образуват клъстер. Противоположните чувства също образуват клъстер от тъга, бдителност, подозрение, аналитичен подход и повишено усилие. Хората с доброто настроение стават интуитивни и по-креативни, но и по-малко бдителни и правят логически грешки. Доброто настроение показва, че нещата вървят добре, няма опасност, така че може да се намали бдителността. Лошото настроение показва, че нещата не вървят много добре, съществува заплаха и е необходима бдителност (Канеман, 2012, с. 93).

Трудностите, които изпитваме, ни карат да действаме по нестандартни начини и да придобиваме умения и интуиция за справянето с тях. Творческо отчаяние е една от стратегиите, описана в книгата на Гари Клайн „*Виждайки онова което другите не виждат: забележителните начини да придобиеш интуиция*“. Терминът е използван от холандския психолог Адриан де Гроот, за да опише някои от брилянтните стратегии, които шахматистите изобретили, когато се намират в затруднение. Когато времето им изтича и трябва да направят ход, а никой от приемливите ходове не е подходящ, те играят по нетрадиционен начин, като залагат на нещо, което не изглежда приемливо и в друг случай не биха опитали (Klein, 2013).

Придобиването на умения води до придобиване на интуиция и способности за бързо разпознаване на ситуации и вземане на подходящи решения. Много експерти губят креативност и въображение, което е присъщо на слабо информираните. Те са толкова близко запознати с известните модели, че могат да се провалят в разпознаването и отношението към всеки детайл. Процесът на прилагане на интуицията преди всичко означава редакция на незначимите детайли в полза на тези, които смятаме за съществени. Според дзен майстора Шуриу Сузуки мисълта на начинаещия е празна, свободна

от навиците на експерта, готова да приема, да се съмнява и отворена към всички възможности. Хората ползват предимството на късмета на начинаещия през целия този етап. Интуицията е дар, където запазването на знание е умение. Експертите, които комбинират информирани възгледи с интуиция и любопитство са рядкост. Любознателността е преди всичко начинът, по който отговаряме на това, което ни подсказва интуицията. Тя отключва информация, която понякога крием от самите себе си (De Becker, 1998).

Огромната информация в съвременния свят води до объркване при вземането на решения. В книгата си „Проблясък Силата на мигновените решения“ Малкълм Гладуел описва различни случаи на вземане на решения от военни, брокери, лекари и др. Допълнителната информация, според Гладуел, не само, че не е предимство при вземането на решения, но и често пречи. Необходимо е да знаем съвсем малко, за да открием основното в един сложен феномен. Претоварването на вземащите решения с информация прави изясняването на модела по-трудно, затова част от постъпващата информация трябва да бъде редактирана. Когато се разкриват модели и се взимат мигновени решения, това редактиране става подсъзнателно. Като фокусът на внимание е към специфичното, което е нужно, и се пренебрегва ненужната информация.

Гладуел описва експеримент, при който хората имат възможност да направят избор между шест мармалада и между двадесет и четири. Един път на рафта в магазина има шест, а друг път двадесет и четири буркана с мармалад. Целта е да се разбере дали броя на мармаладите влияе върху техните продажби. Според икономическата логика колкото повече възможности имат клиентите, толкова по-голяма е вероятността да купят. Експериментът установява, че само 3 % от хората купуват от 24-те мармалада, а 30 % от тях купуват от шестте мармалада. Предоставянето на твърде много възможности в съвременния свят, обърква подсъзнанието и не може да се направи избор. Мигновените решения са пестеливи, и за да можем да ги взимаме, трябва да запазим тази пестеливост (Гладуел, 2008, с. 139).

Стереотипите и предразсъдъците са дълбоко вкоренени в нашето мислене и пречат при вземането на решения. Гладуел описва различни случаи от практиката на полицаи, пожарникари, музиканти, изкуствоведи и др. при които предразсъдъците ги водят до неправилни решения. Първите впечатления, според него, имат решаващо значение, като „финните нюанси“ от нашето подсъзнание могат да променят или подкопаят решенията, които са в нашето подсъзнание. Самоконтролът в момента на изненада, който продължава две секунди, може да доведе до изключителни решения (Гладуел, 2008, с. 240). Винаги използваме интуицията, когато бързо трябва да вземем решение в нова ситуация. Разчитаме на тази способност, защото има модели на поведение и ситуации, при които вниманието към специфичните

детайли само за две секунди може да ни разкрие изключително много. В различни професии има термини, които да описват интуицията. Във военното изкуство, способността да се прецени бойното поле се нарича *coup d'oeil* (удар с око), мигновено разбиране на ситуацията. (Гладуел, 2008, с. 45). Военният теоретик Карл Каузевиц описва тази способност като „ум, способен да прореже с блещукането на своя вътрешен свят сгъстяващият се сумрак и да напипа истината“ (Клаузевиц, 2007).

Дясното полукълбо на мозъка работи с картини, а лявото с думи. Описанието с думи на това, което мозъкът е запомнил намалява визуалната памет. Психологът Джонатън Скулър, нарича това **вербално засенчване**, и според него, то се пренася върху много по-широк кръг проблеми. Когато записваме мислите си, шансовете да бъдем осенени от внезапно прозрение, от което имаме нужда, за да вземем решение, намаляват. Разбира се много логически проблеми могат да се решат с обяснение, но решенията, които изискват прозрение и интуиция функционират по-различни правила. Съществуват експерименти, според които продължителното повторение на движенията или действията подобряват успеваемостта. Размишленията върху процеса намаляват способностите, както при спортистите, които се замислят върху техниката си, и понижават постиженията си (Гладуел, 2008, с. 120).

Първите впечатления се създават от опита и обкръжението ни, но можем да използваме по-добре интуицията си като променим своя опит. Общуването с различни хора (малцинства, цвят на кожата, религия и др.) създава възможност да управляваме и контролираме първите впечатления, които често са резултат от погрешни стереотипи и предразсъдъци. Използването на интуицията е способността на подсъзнанието ни, въз основа на кратки преживявания, да открива стандартни модели в различни ситуации.

Грешки, породени от увереност и оптимизъм

Поведенческата икономика изследва вземането на решения. Много от публикацииите, посветени на тази тема, се основават на експериментите на когнитивната психология, благодарение на които разбираме, че хората не са рационални в своето поведение, както се представя в неокласическата икономическа теория. Ние извършваме предсказуеми грешки, имаме предразсъдъци, които често ни пречат при вземането на решения и правим неточни прогнози за бъдещето.

Фирма, която управлявала инвестициите на много богати хора, предоставя за анализ на Даниел Канеман резултатите от двадесет и пет годишната си дейност. След направения анализ Канеман прави извода, че няма връзка между уменията на различните консултанти на фирмата и получените резултати са в резултат на случайност. Според Канеман съществува

цяла индустрия, изградена върху илюзията за умения. Като резултатите от уменията на инвеститорите на фирмата приличат повече на състезание по хвърляне на зар, отколкото на игра изискваща умения. Шефовете на фирмата възнаграждавали късмета, така сякаш е умение, при което давали на консултантите големи бонуси. Направеният анализ с нищо не променил политиката на фирмата и ако не е бил отхвърлен, то не и постигнал нищо (Канеман, 2012, с. 279).

Изследователи от Университета „Дюк“ правят изследване, в което висши мениджъри на големи корпорации оценяват бъдещите печалби по индекса Стандърт анд Пуърс. От направените прогнози става ясно, че финансовите директори нямат никаква представа за краткосрочното бъдеще на капиталовия пазар. Въпреки това те са 90% сигурни в своите прогнози. Според Даниел Канеман тази прекалена увереност е резултат от ОКБЕВКЕ (онова, което виждаш е всичко което е) – способността, когато оценяваме и правим прогнози, да разчитаме на информацията, която имаме, и да изграждаме история, в която оценката има смисъл. Информацията, с която не разполагаме, която често се получава от бъдещи събития, пренебрегваме и допълваме нашата представа за бъдещето с информация от настоящето.

Увереността се цени по-високо от неувереността и експертите, които признават своето незнание се заменят от по-уверени техни конкуренти, които печелят по-добре доверието на клиентите. Големият оптимизъм има различни отрицателни и положителни ефекти върху вземането на решения, но е от полза за издръжливостта пред трудностите. Научното изследване например е област в която оптимизмът е важен за успеха, тъй като съществуват множество малки провали, а успехът е рядкост. Прекалената увереност води до по-големи рискове, които би трябвало да се избегнат. Въпреки това хората и фирмите се доверяват повече на тези, които са поели риск и са създали подвеждаща информация. Колективната слепота от подобна несигурност може да продължи, докато не настъпи финансов крах, като Голямата депресия и финансовата криза от 2008 г. (Канеман, 2012, с. 341-344).

Организациите могат по-добре от отделните хора да обуздаят оптимизма. Гари Клайн [1] предлага метод, наречен **анте мортем (pre-mortem)**. Когато организацията е стигнала до решение, но още не го е взела, Клайн предлага да се направи кратко заседание, на което всеки от участниците да предположи причините, които биха довели до катастрофа, в случай че това решение бъде взето. Този метод побеждава груповото мислене, което въздейства на много екипи, при което колебанията за планираното решение се постискат от лоялност към ръководителя и екипа, и се създава прекалена увереност в решенията на групата. Методът показва колебанията и въпреки че не осигурява пълна защита срещу всякакви изненади, намалява вредата на безкритичния оптимизъм (Канеман, 2012, с. 345).

Професорът по бизнес стратегии Фил Розенцвайг, автор на книгите „Ефектът на ореола“ описва едни от най-често срещаните грешки, породени от увереността и оптимизма при вземането на решения:

- прекалената увереност в себе си и необоснован оптимизъм за бъдещето;
- търсенето на информация, потвърждаваща това в което вярваме, вместо такава, която ни разколебава;
- илюзията за контрол – усещането, че имаме по-голямо влияние върху събитията, отколкото в действителност;
- случайностите ни залъгват и установяваме закономерности, които не съществуват;
- лоша интуитивна статистика – предпочитанието да виждаш повърхностна картина, вместо действителната;
- възприемане на събитията като по-предсказуеми, отколкото са в същност, и увереност в това (Розенцвейг, 2015).

За да подобрим вземането на решения е необходимо да знаем за тези наши предубеждения и да се стремим да ги отбягваме.

Поведението на множеството: котви и относителна депривация

Изборът на различна стратегия е свързан с рискове, а според поведенските икономисти съществува отвращение от риска. Когато всички следват една и съща стратегия е трудно да следваш различна, която е по-рискована и е възможен голям провал. В тези случаи придържането към множеството и дребния провал е за предпочитане пред опита за иновация и големия провал. Това избягване на риска е основата на стадното чувство и поведение. Също както биволът се прикрепя към стадото при приближаването на лъва, така и изпълнителните директори и финансистите смятат това поведение за безопасно (Суровецки, 2010, с. 68).

Хората приемат нещо за добро и лошо, в зависимост от поведението на другите хора. Например, когато един ресторант е пълен означава, че той е добър и бихме вечеряли в него. Кафене, в което има хора, привлича повече клиенти от празно кафене. Психолозите наричат това поведение *стадно*. Разновидност на стадното поведение е *автостадното* поведение, когато оценяваме нещо като добро или лошо на основа на собственото ни предишното поведение. Автостадното поведение изгражда навици, като всеки път следваме избора, който сме направили първия път. Трудностите, пред които сме изправени, когато правим избор и вземаме решение, са причина за това поведение. Поведенските икономисти наричат, придържането към решение, взето в миналото, „котва“. За ново решение или промяна в навиците е необходимо да „скъсаме със старата котва“. Закотвянето е причината да не

променяме навиците си. Когато веднъж направим избор в полза на кафе Starbucks, се закотвяме за него и повтаряме избора (Ариели, 2012, с. 54-56).

Темпото на съвременния живот непрекъснато нараства, което го прави объркан, и пълен с неприятности и противоречия. Много хора се затварят в себе си и издигат психологически прегради пред суровата реалност на действителността. Те несъзнателно се опитват да забавят нещата като вземат решения по-дълго време, трудно се ангажират и са предпазливи. В социалните науки се използва термина *относителна депривация*, за да се опишат негативните чувства, които се пораждат, когато сравняваме социален или икономически статус. Концепцията за относителната депривация има важни последици върху човешкото поведение и менталитет, чувството на стрес и участието в колективните дейности. Според нея по-важно е сравнението с хората и организациите около нас, отколкото средното равнище в страната или света. Каръл Греъм в книгата си *„Щастието около света: парадоксът на щастливите селяни и нещастните милионери“* пише, че за щастието са важни не средните равнища на дохода, а относителните отклонения от тях. Хората в Хондурас, която е по-бедна страна от Чили, се чувстват по-щастливи, тъй като отклоненията от средното равнище на дохода при тях са по-малко. В областта на образованието относителната депривация се нарича *“ефект на голямата риба в малкото езеро”* [2]. Метафорично казано по-добре е да си голяма риба в малко езеро, отколкото малка риба в голямо езеро. Колкото по-елитно е едно учебно заведение, толкова по-ниско учащите оценяват своите способности. Учащите, които в едно добро средно училище или университет са имали усещането, че успяват, в по-елитно учебно заведение могат да останат с чувството, че изостават. Това чувство има значение за увереността в собствените способности, а от там и готовността за приемане на предизвикателства и мотивацията за завършване на трудни задачи (Гладуел, 2015, с. 94-95).

Влиянието на информационни технологии

В информационната епоха денят ни минава в обработване и сортиране на все повече информация. Компютърни програми ни помагат за създаването на общи модели от тази информация, но единствено човешкият мозък може да вижда връзките и зависимости, които са неуловими за компютрите. Гугъл дава отговори на почти всички поставени въпроси, но това какви въпроси задаваме става по-важно от техните отговори. Художникът Пабло Пикасо, който доживява до информационната епоха определя компютрите като безполезни, защото дават само отговори без да задават важните въпроси (Watson, 2010, p. 11).

Съвременните информационни технологии намаляват човешките способности за концентрация. Влошава се качеството на нашето мислене, което се отразява на процеса на вземане на решения. Всяка информация може да се получи с кликуване на мишката, без задълбочено мислене за това, което правим или къде отиваме. Скоростта, с която се пренася информацията е висока, като много от събитията не се очаква да се случат. Нашата интуиция е пригодена за среда, в която информацията се пренася по-бавно и връзката между причина и следствие е по-проста. В света, в който живеем, събитията пораждаат още събития, повечето от които са непредвидими.

Освен скоростта на разпространение на информация, огромно значение има нейното количество. Допълнителната информация може да е не само безполезна но и вредна. След като веднъж сме си създали представа за идея и теория, е трудно да я променим. Когато сме формирали мнението си на основа на недостатъчно информация, всяка допълнителна информация ще противоречи или потвърждава това мнение. Отнасяме се към идеите си като към собственост и трудно се разделяме с тях. Увеличаването на информацията, усложнява нашето мислене като създава нови хипотези, възможни решения и прогнози, като често не променя съществуващите идеи и по този начин влияе зле на знанието.

Информационната епоха, лавината от информация води до изтощаване на вниманието. Носителят на Нобелова награда по икономика през 1977 г. Хърбърт Саймън предупреждава, че това, което ще се изразходва, е вниманието – „изобилието на информация създава недостиг на внимание“. Вниманието е изключително важно за постигането на креативност. Сега, когато технологиите причиняват разсейване, насочването и задържането на вниманието има изключително значение. Връзката между вниманието и изключителните постижения, въпреки че остава скрита е в основата на всичко, което се опитваме да постигнем. Вниманието са безброй умствени действия като разбирането, паметта, ученето, емоционалната и социална интелигентност. Ние забелязваме резултатите от вниманието си по-късно, когато създаваме идеи, като пропускаме дребните детайли, които са ги направили възможни.

Технологиите завладяват вниманието ни и разрушават социалните ни връзки. Всеки ден виждаме хора вторачили се в мобилните си телефони, айпади и смартфони. Повече от 5 милиарда души в света вече притежават мобилен телефон, мобилния интернет вече е достъпен навсякъде. Децата и младите хора се настройват повече към машините и по-малко към хората в сравнение, с когато и да било в човешката история. Те прекарват повече часове с поглед в екрана отколкото в общуване с хора. Липсва реална среда, при която да се различават невербални сигнали, а социалните и емоционалните връзки в мозъка на човек се учат от контактите с други хора.

Самотата съпровожда виртуалния свят, голяма част от времето ни в него преминава в чатене, смяна на статуси, поставяне на снимки, като по-голямо значение има отразяването на празненство във фейсбук, отколкото самото събитие. Трябва да се погрижиш хората в твоя дигитален свят да узнаят колко добре се забавляваш.

Еволюцията на човешкия мозък е продължила стотици хиляди години в среда на заплаха, в определени зрителен диапазон и скорост. Хората сме програмирани инстинктивно за безопасност, храна, секс. Рекламите в съвременния свят разчитат на тези наши склонности, привличайки инстинктивното ни внимание. Активирането на тези склонности ни карат да си купуваме стоки, без да забелязваме причините за това. Това е мозъчна система, насочена отдолу на горе – от амигдалата към повърхността на мозъка (Голман, 2016, с.15, 18, 45).

През миналия век машините изместват физическия труд, а през този започват да заместват лявото мислене. Въпреки че новите технологии няма да заместят изцяло работните места с ляво мислене, много от тях са подложени на риск. Използването на софтуерни програми вече намалиха труда на счетоводителите. Технологиите променят труда на инженерите, юристите програмистите и лекарите. Около сто милиона души годишно посещават медицински сайтове, като се опитват да се диагностицират сами, юридически сайтове предлагат консултации, все повече се използват електронните подписи. Новите информационни технологии са ключови за промяната на естеството на работата, която благодарение на тях вече не е зависима от работното място и време. Благодарение на тях нараства значението на населеното място, което вече може свободно да се избира от креативната класа.

Заклучение

Креативните стратегии се изграждат трудно. Осъществяването на една идея изисква много усилия, тъй като светът на идеите не е меритократичен и не винаги побеждават добрите идеи. Практическото реализиране на стратегията е по-трудно от нейното създаване. Новите идеи често се приемат трудно и не са необходими гъвкавост и приспособимост, а твърдост при тяхното реализиране. Хората трудно приемат добрите иновации и се придържат към установените практики. Съвременната информационна епоха ни залива с ненужна информация, като се увеличава шумът, който ни пречи да разпознаем сигнала. Скоростта на информацията е голяма и обстоятелствата се променят бързо. Става по-трудно реализирането на стратегия, за това е необходима интуиция и задълбочено познаване на човешката природа. Възприемането на креативна стратегия означава противопоставяне на статуквото и прозрение да виждаме в бъдещето.

Бележки:

[1] Гари Клайн (1944) – американски психолог, пионер в изследванията за вземането на „естествени“ решения. Има публикации в съавторство с Даниел Канеман.

[2] Тази теория е на психолога Хърбърт Марш, според който повечето ученици и родители избират напълно погрешно учебното си заведение. В модела на Марш индивидите сравняват собствените си способности с тези на индивидите около тях. Колкото повече от тях са с високо мнение за себе си, толкова, по-лошо оценяват себе си тези с по-слаба увереност в способностите си.

Референции:

Ариели, Д. (2012), Предвидимо ирационални: Кои са силите формиращи нашите решения, НСМ – Медия.

(Arieli, D., 2012. Predvidimo iratsionalni: Koi sa silite formirashti nashite reshenia, NSM – Media).

Грийн, Р. (2009), 33-те стратегии на войната, Сиела, София.

(Griyn, R., 2009, 33-te strategii na voynata, Siela, Sofia).

Голман, Д. (2016), Фокусът. Тайният двигател на изключителните постижения, Изток-запад, София.

(Golman, D., 2016. Focusat tainia dvigatel na izkluichitelnite postigenia, Sofia, Iztok-zapad).

Гладуел, М. (2008), Проблясък: Силата на мигновените решения, Locus, София.

(Gladuel, M., 2008. Problyasak: Silata na mignovenite reshenia, Locus, Sofia).

Гладуел, М. (2015), Давид и Голиат, аутсайдери, неприспособленци и изкуството да се сражаваш с гиганти, ИК „Жанет“ 45.

(Gladuel, M., 2015. David i Goliat, autsayderi, neprisposoblentsi i izkustvoto da se srazhavash s giganti, IK „Zhanet“ 45).

Койл, Д. (2013), Златна книга на таланта 52 съвета как да развием таланта в себе си и в своите деца, Софт прес.

(Koyl, D., 2013. Zlatna kniga na talanta 52 saveta kak da razviem talanta v sebe si i v svoite detsa, Softpres).

Клаузевиц, К. (2007), О войне, Ексмо Мидгард.

(Clausewitz, C., 2007. O voine, Eksmo Midgard)

Канеман, Д. (2012), Мисленето, Изток-запад.

(Kaneman, D., 2012. Misleneto, Iztok-zapad).

Розенцвейг, Ф. (2015), Левое полушарие – правильные решения. Мыслить и действовать: как интуиция поддерживает логику, Азбука-Аттикус.

(Rozentsveyg, F., 2015. Levoe polusharie – pravilnye reshenia. Mislity i deystvovaty: kak intuitsia podderzhivaet logiku, Azbuka-Attikus).

Суровецки, Дж. (2010), Мъдростта на множеството, Изток-запад.

(Surovetski, Dzh., 2010. Madrostta na mnozhestvoto, Iztok-zapad).

Coyle, D. (2009), The Talent Code The Greatness isn't Born. Its Grow. Here's How, A Bantam books.

De Becker, G. (1998), Gift of Fear: surviving signals that protect us from violence, Dell Reprint edition.

Graham, C. (2012), Happiness Around the World: The Paradox of Happy Peasants and Miserable Millionaires, Taschenbuch.

Klein, G. (2013) Seeing What Others Don't: Remarkable Ways We Gain Insight, PublicAffairs.

Watson, R. (2010), Future Minds: How the Digital Age is Changing Our Minds, Why this Matters and What We Can Do About It, Nicholas Brealey Publishing.

КРЕАТИВНИ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ЗА ТЯХНОТО РЕАЛИЗИРАНЕ

Румен Андреев

Резюме

В съвременния свят информацията се увеличава, което усложнява вземането на решения и придържането към дългосрочни цели. Целта на статията е да докаже, че сега е по-трудно да се изгради стратегия и за налагането на успешни стратегии е необходимо повече твърдост и постоянство. За нуждите на изследването са използвани различни концепции на поведенческия икономикс и когнитивната психология. Използван е интердисциплинарен подход, като са съчетани и анализирани изследвания на психологията и невроикономиката.

Ключови думи: стратегия, креативност, поведенчески икономикс, интуиция умения.

JEL: DO, D03, HO.

CREATIVE STRATEGIES AND TACTICS FOR THEIR REALISATION

Rumen Andreev*

Abstract

In the modern world, information is increasing, which complicates decision-making and the adherence to long-term goals. The purpose of the article is to prove that it is now more difficult to build a strategy and that for the imposing of successful strategies are needed more firmness and perseverance. Different conceptions of behavioural economics and cognitive psychology have been used for the study. An interdisciplinary approach was used as investigations of psychology, and neuroeconomics had been combined and analysed.

Key words: strategy creativity behavior economics, intuition, skills.

JEL: DO, D03, HO.

* Rumen Andreev, PhD, Assoc. Prof., Department of Political Economy, UNWE – Sofia, email: randreev@mail.bg