

# Вступ

## НАВІЩО НАСПРАВДІ ПОТРІБНІ НОВІ ІДЕЇ?

Не обмежуйтеся цією епохою; прагніть створити нову епоху.

МАСАЙОШІ СОН, генеральний директор Softbank,  
підприємець, інвестор, філантроп

### Навички майбутнього: ваша особиста машина часу

Чи готові ви до майбутнього? Якщо є один урок, який ми можемо винести з останніх кількох років, то це те, що ми живемо в новому, часом нестабільному світі, що постійно змінюється. Технології продовжують розвиватися швидким темпом, і в нашому пост-пандемічному середовищі традиційні способи роботи змінилися назавжди. Я давно вірю, що майбутнє ринку працевлаштування — це спритність, креативність та інновації, але я далеко не єдиний, хто відстоює такі ідеї.

Викладаючи свої прогнози на 2025 рік, Усесвітній економічний форум визначив такі п'ять навичок, які, на їхню думку, необхідні компаніям для максимізації потенціалу зростання (*Whiting, 2020*):

1. Аналітичне мислення та інновації
2. Активне навчання та навчальні стратегії
3. Комплексне розв'язання проблем
4. Критичне мислення та аналіз
5. Креативність, оригінальність та ініціативність

Ці навички вказують на тенденцію до активного, творчого та критичного мислення. Неможливо рухатись в майбутнє, тримаючись за хвості колишніх успіхів. Я створив цю книжку, щоб допомогти вам розвинути кожну з таких навичок, щоб ви могли застосовувати їх

на практиці у своєму повсякденному робочому житті. Від виявлення помилок у мисленні до визначення справжньої проблеми у складних ситуаціях — ви навчитеся застосовувати креативність для досягнення інноваційних результатів. Якщо ви маєте великі плани щодо того, чого хочете досягти в майбутньому, вважайте «Посібник із креативного мислення» своєю машиною часу, яка допоможе вам бути на крок попереду.

## Знання більше не є силою

Скільки разів у житті ви чули вислів «Знання — це сила»? Існувала епоха, коли володіння інформацією та здатність бути експертом у конкретній галузі надавали переконливу перевагу. Унікальний досвід, професійні навички та знання тоді робили вас одним із перших у будь-якій грі, давали вам «бонус». Але зараз усе це важить не так уже й багато. Що стає очевидним у стрімкому та дикому кругообігу сьогоднішнього світу це те, що вправно спрацьовувало раніше, більше не працює так ефективно. Так, для процвітання мати знання досить корисно, але не достатньо. Порівняйте сучасне життя з тим, що було 30 років тому: сьогодні ми інакше їмо (напівфабрикати, мультикультурна кухня), інакше спілкуємося (мобільні телефони, електронна пошта, соціальні мережі), інакше купуємо (інтернет-магазини, великі торговельні центри), інакше працюємо (автоматизація і технології, зростання популярності віддаленої та змішаного типу роботи), навіть навчаємось інакше (віртуальні курси, інтерактивні дошки, інтернет-дослідження). Перелік відмінностей можна продовжувати ще довго. Лише за три короткі десятиріччя ми стали жити в зовсім іншому світі! Що це означає? Це означає, що наразі зовсім не важливо, розумні ми чи талановиті: ми маємо пристосовуватися та розвиватися — як у бізнесі, так і особистісно. Дилема полягає в тому, що поки все навколо нас рухається, більшість наших сьогоднішніх розумових навичок не міняється. Безліч часу ми маневруємо між робочими сферами, притримуємось уявлень і систем переконань, шаблонів, що ми ретельно добирали за роки власного досвіду реагування на виклики та використання стандартизованих стратегій, які працювали для нас раніше. Зрештою, нам платять за те, щоб ми знали всі ці відповіді.

Однак бізнес-проблеми ХХІ століття містять занадто багато змінних і невідомих, щоб на них можна було відповісти лише за допомогою наявних знань. Перевернені рішення минулого не підійдуть для подолання теперішніх та майбутніх викликів. Ми потребуємо творчого мислення, щоб знайти інші цікаві шляхи розв'язання. Отже, **креативність є новою силою**. Успіх більше не є тим, що ми знаємо, а тим, що ми здатні *створити*. Коли настає час досліджувати невідоме та генерувати нові ідеї, звички нашого розуму заважають нам. Вони блокують наш розум, примушують фокусуватися на тому, що ми вже знаємо, замість того, щоб віднайти щось геть нове й використати його. Урешті-решт вони перетворюються на «помилки» розуму, бо зупиняють пошук оригінальних шляхів досягнення нашої мети. Наступна вправа продемонструє вам, як легко та природно базувати своє мислення на минулих програмах (так званих «знаннях»). Спробуйте це перевірити зараз.

## ВПРАВА

### Місяці року

Назвіть усі місяці року якомога швидше. Я припускаю, що ви, напевно, здатні це зробити менш ніж за п'ять секунд. А тепер назвіть місяці ще раз, але в алфавітному порядку. Зараз це вже не здається таким простим, чи не так?  
Джерело: «Думай краще» (Харсон, 2008)

Щоб побачити відповідь, перейдіть на сторінку 291 у Додатку. За допомогою звичайного шаблону ви здатні назвати місяці дуже швидко та легко. Але без нього ви маєте дійсно замислюватися над інформацією. Ви змушені зруйнувати схему, що є для вас звичною, та подивитися на ситуацію ще раз. Коли це робити, інформація набуває динаміки й у вас з'являється можливість розширити своє мислення. Щоб побудувати геть новий шаблон.

Мислення — найбільш важка праця, тому, вірогідно,  
ми так рідко це робимо.

ГЕНРІ ФОРД, американський промисловець  
і засновник Ford Motor Company

Головна мета цієї книжки — примусити вас мислити інакше, тому я попрошу вас постійно замислюватися під час читання. В усіх розділах є методології, вправи та інструменти, що виведуть вас із зони комфорту, але вони переслідують важливу мету — допомогти вам опанувати власні упередження та мислити чітко, конструктивно і творчо. Тут ви ставитимете запитання, на які ви не маєте миттєвих, швидких відповідей, тож я пропоную вам зняти корону «експерта» перед тим, як ви почнете працювати. Це варте ваших зусиль. Мислити по-іншому — це ключ до пошуку найкращих, найбільш інноваційних відповідей на ваші бізнес-завдання, що постають перед вашим бізнесом. Тож ви не просто «робитимете свою справу», а «зробите її у найкращий спосіб».

## Твори або помри!

Згідно з дослідженнями професора Єльської школи менеджменту Річарда Фостера, середня тривалість життя компанії, що належить до індексу *S&P 500*, 1958 року дорівнювала 61 року і скоротилася до 18 років 2012 року. (*Innosight*, 2012).

Фостер також підрахував, що з нинішньою швидкістю відтоку у 75 % від спільної кількості до 2027 року фірми (у США) заміняться компаніями, про які ми навіть не чули. У Великій Британії та сама історія. Зі 100 компаній, що є в переліку *FTSE 100* 1984 року, лише 24 залишилися там до 2012 року.

Такі цифри є сумним уроком. Якщо компанії не прагнуть постійно впроваджувати інновації та переосмислювати себе, вони ризикують бути заскоченими зненацька новими учасниками ринку і опинитися на узбіччі.

2020 року світ отримав суворе нагадування про те, наскільки мінливим може бути життя. Поява Covid-19 змінила все — зокрема й те, як ми працюємо. З пандемії можна винести чимало уроків, багато з яких ми розглянемо більш детально пізніше, але найважливіший з них полягає ось у чому: відсутність креативності означає відсутність гнучкості. Когнітивна гнучкість є ключовим компонентом як креативного, так і критичного мислення. Саме ці навички дозволяють нам