

УДК 658

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КРЕАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ ДЛЯ МОДЕРНИЗАЦИИ МОДЕЛИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**К.В. Шустова, Е.Н. Назарова, Ю.С. Фролов**

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», Нижний Новгород, email: puzanova14@inbox.ru, aniuotka.nazarowa@yandex.ru, yura.frolov.04@bk.ru

***Аннотация.** Статья посвящена актуальной проблеме формирования креативных компетенций будущих экономистов в контексте задач модернизации систем управления компаниями. Актуальность исследования обусловлена трансформацией содержания профессионального труда в условиях цифровой экономики, где способность к генерации новых идей и нестандартных управленческих решений становится ключевым фактором конкурентоспособности. В результате исследования представлен детальный анализ зарубежных моделей формирования креативных компетенций: исследовательско-проектной (США), структурно-дисциплинарной (Великобритания), проектно-ориентированной с использованием методологии Capstone Projects (Испания), модели «сотворчества» с акцентом на межкультурную компетентность (Япония), практико-ориентированной модели в развивающихся экономиках (Вьетнам). Проанализирован опыт стран СНГ и Российской Федерации, включая авторскую педагогическую систему Н.В. Дегтяревой на базе модельного предприятия. Разработана структурно-содержательная модель формирования креативных компетенций будущих экономистов, включающая целевой, содержательный, процессуальный и результативный компоненты. Выделены и обоснованы организационно-педагогические, психолого-педагогические и методические условия эффективной реализации модели. Определены направления адаптации продуктивных зарубежных подходов в российских вузах с учетом национальной специфики и традиций фундаментального экономического образования. Сделан вывод о необходимости комплексной реализации выделенных условий и интеграции усилий университетов, бизнес-сообщества и государства для подготовки специалистов, способных инициировать и реализовывать модернизационные процессы в системах управления компаниями.*

***Ключевые слова:** креативные компетенции, будущие экономисты, модернизация систем управления, модель управления, управление компанией.*

CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE COMPETENCIES IN FUTURE ECONOMISTS FOR THE MODERNIZATION OF THE COMPANY MANAGEMENT SYSTEM MODEL**K.V. Shustova, E.N. Nazarova, Yu.S. Frolov**

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, email: puzanova14@inbox.ru, aniuotka.nazarowa@yandex.ru, yura.frolov.04@bk.ru

***Abstract.** This article explores the pressing issue of developing creative competencies in future economists in the context of modernizing company management systems. The relevance of the study stems from the transformation of professional work in the digital economy, where the ability to generate new ideas and innovative management solutions is becoming a key competitiveness factor. The study provides a detailed analysis of international models of developing creative competencies, including research-based projects (USA), structural and disciplinary models (UK), project-based models using the Capstone Projects methodology (Spain), a co-creation model with an emphasis on intercultural competence (Japan), and a practice-oriented model in developing economies (Vietnam). The article also examines the experience of the CIS countries and the Russian Federation, including N.V. Degtyareva's original pedagogical system based on a model enterprise. A structural and substantive model of developing creative competencies in future economists has been developed, encompassing target, substantive, procedural, and outcome components. The organizational, pedagogical, psychological, pedagogical, and methodological conditions for the effective implementation of the model are identified and substantiated. Areas for adapting productive foreign approaches to Russian universities are identified, taking into account national specifics and the traditions of fundamental economic education. A conclusion is drawn regarding the need for a comprehensive implementation of the identified conditions and the integration of the efforts of universities, the business community, and the government to train specialists capable of initiating and implementing modernization processes in corporate management systems.*

Keywords: *creative competencies, future economists, modernization of management systems, management model, company management.*

Дата поступления статьи в редакцию: 12.03.2026

Дата принятия статьи в печать: 27.04.2026

Введение

Современный этап экономического развития характеризуется глубинной трансформацией содержания профессионального труда, где ключевым фактором конкурентоспособности становится способность специалистов к генерации новых идей и нестандартных управленческих решений. В условиях цифровизации и возрастающей неопределенности внешней среды креативность выступает как реакция экономического поведения на вызовы, порождаемые развитием искусственного интеллекта и усложнением организационных структур. Данное обстоятельство актуализирует проблему целенаправленного формирования креативных компетенций у будущих экономистов в процессе вузовской подготовки [1, 3, 5, 6].

Актуальность исследования подтверждается макроэкономическими тенденциями, фиксирующими устойчивый рост креативного сектора в структуре валового внутреннего продукта. Согласно данным Министерства экономического развития Российской Федерации и Росстата, вклад креативной экономики в ВВП страны по итогам 2025 года достиг 4,2%, составив 8,26 трлн рублей, при этом в 2017 году данный показатель равнялся 2,8%, а в 2020 году — 3,2%. Наибольший вклад в формирование валовой добавленной стоимости креативного сектора обеспечивают разработка программного обеспечения (39,29%), реклама и PR (15,08%), исполнительские искусства (11,31%), архитектура и урбанистика (6,97%). Динамика развития сектора характеризуется опережающими темпами: количество субъектов малого и среднего предпринимательства в креативных индустриях увеличилось на 11% за период с сентября 2024 года по ноябрь 2025 года, превысив 400 тысяч предприятий, при этом максимальный прирост продемонстрировали музыкальная индустрия (24%), дизайн (21%) и модная индустрия (19%). Стратегическими документами ставится задача увеличения доли креативных индустрий в ВВП до 6% к 2030 году, что невозможно без подготовки соответствующих кадров.

Особую значимость исследуемая проблема приобретает в контексте модернизации систем управления компаниями. Трансформация организационно-управленческих структур, переход от иерархических моделей к сетевым и адаптивным формам организации требуют от экономистов-менеджеров способности действовать в условиях неопределенности, генерировать оригинальные решения и проявлять креативность в межличностном взаимодействии. Как отмечает директор Школы креативной экономики Санкт-Петербургского государственного университета Д. Толмачев, сегодня профессионалу недостаточно владеть одним навыком, гораздо важнее уметь работать с задачами, где идеи, данные, визуальные образы, тексты и пользовательский опыт собираются в единую систему, поэтому креативная экономика все чаще опирается на проектное мышление и способность быстро пересобирать роли под конкретные задачи [1, 4, 11].

Степень научной разработанности проблемы. Теоретико-методологические основания исследования творческого потенциала человека в экономике были заложены в работах классиков экономической мысли. Особое место занимает наследие Й. Шумпетера, который ввел понятие экономического новаторства и показал ключевую роль предпринимателя-новатора в экономическом развитии. В западной традиции фундаментальное значение имеет концепция креативного класса Р. Флориды, обосновавшего роль творческих профессионалов как локомотива экономического роста и показавшего, что именно становление нового класса и креативность как экономический фактор лежат в основе многих наблюдаемых трансформационных процессов. Среди российских ученых, внесших вклад в разработку данной проблематики, следует выделить М.Ю. Павлова, раскрывшего роль творческого потенциала человека в экономике, основанной на знаниях, и показавшего, что ключевым фактором развития становится не информация сама по себе, а способность к созданию принципиально нового знания. Современные исследования О.И. Лозиной и Л.А. Тутова развивают междисциплинарный подход к креативности как феномену экономического поведения, подчеркивая ее связь с рациональным выбором в условиях неопределенности и показывая, что на этапе цифровой экономики креативность выступает как необходимый инструмент адаптации к возрастающей сложности, продуцируемой развитием технологий искусственного интеллекта. Проблематика формирования профессиональных компе-

тенций экономистов в образовательном процессе разработана Н.В. Дегтяревой, предложившей авторскую педагогическую систему на базе модельного предприятия, позволяющую формировать профессиональные компетенции в условиях, приближенных к реальной экономической деятельности [3, 5, 7, 10].

Несмотря на значительное количество публикаций, посвященных отдельным аспектам креативности в экономике и образовании, проблема выявления и систематизации условий формирования креативных компетенций будущих экономистов применительно к задачам модернизации систем управления компаниями остается недостаточно разработанной. Существующие исследования либо сосредоточены на макроэкономических аспектах формирования креативного класса, либо рассматривают психологические механизмы креативности вне связи с конкретными задачами профессиональной подготовки. Это обуславливает необходимость проведения специального исследования, направленного на выявление, теоретическое обоснование и экспериментальную проверку комплекса условий, обеспечивающих эффективное формирование креативных компетенций будущих экономистов для последующей успешной деятельности по модернизации систем управления компаниями [2, 3, 6, 8].

Теоретические основы исследования условий формирования креативных компетенций будущих экономистов базируются на интеграции нескольких взаимосвязанных концептуальных подходов: теории человеческого капитала, концепции креативного класса, компетентностного подхода в образовании, теории экономического творчества и современных представлений о трансформации систем управления.

Фундаментальной теоретической предпосылкой исследования выступает положение о смене характера общественного воспроизводства и возрастании роли творческого труда. Как отмечает М.Ю. Павлов, переход от индустриальной экономики к экономике, основанной на знаниях, имманентно предполагает качественные изменения как в экономике, так и в социуме. Наиболее существенной долгосрочной тенденцией в изменении содержания труда становится растущее значение компонентов творческой деятельности. При этом принципиально важным является разграничение понятий «информация» и «знание», с одной стороны, и «творческий потенциал» — с другой. Если информация и знания могут быть формализованы, тиражированы и переданы, то творческий потенциал представляет собой уникальную способность человека создавать принципиально новое знание, не выводимое непосредственно из уже существующего. Именно это качество становится стратегическим ресурсом развития [7, 10].

В развитие данного подхода Р. Флорида вводит понятие креативного класса, анализируя его экономические основания. Показывая, что качественные изменения в технологиях второй половины XX века обусловили необходимость коренного изменения социально-экономического качества работника, исследователь рассматривает креативный класс как социальную группу, объединенную общим отношением к средствам производства, характером труда и специфическими экономическими интересами. Воспроизводство креативного класса требует особых институциональных условий, включая специфическую систему образования, ориентированную не на трансляцию готовых знаний, а на развитие способности к их самостоятельному продуцированию.

Содержательное наполнение понятия «креативные компетенции экономиста» раскрывается через обращение к категории «экономическое творчество». Опираясь на традицию, идущую от Й. Шумпетера, современные исследователи определяют экономическое творчество как деятельность по совершенствованию различных сторон экономики, подчеркивая, что сближение понятий «бизнес» и «творчество» является закономерным результатом усложнения экономической деятельности. В структуре экономического творчества выделяются различные формы: по сфере приложения (производство, управление, маркетинг, финансы); по степени новизны (модификационное, комбинаторное, радикальное); по субъекту (индивидуальное, коллективное); по характеру результата (продуктное, процессное, организационное). Для будущего экономиста, ориентированного на управленческую деятельность, особое значение приобретают комбинаторные формы творчества, связанные с поиском новых сочетаний имеющихся ресурсов и факторов производства.

Важное теоретическое значение имеет анализ связи между характером формируемых компетенций и вектором модернизации систем управления компаниями. Современные исследования в области менеджмента фиксируют переход от жестких иерархических структур к адаптивным, сетевым и проектно-ориентированным формам организации. Этот переход предьявляет

новые требования к экономистам-управленцам: способность работать в кросс-функциональных командах, готовность к принятию решений в условиях неопределенности, умение идентифицировать и использовать возможности, открывающиеся на стыке различных сфер деятельности. Как подчеркивает Д. Толмачев, креативная экономика требует от специалистов не только профессиональных знаний, но и развитых коммуникативных и проектных компетенций, а также способности быстро пересобирать роли под конкретные задачи. Экосистемный подход к организации креативных индустрий акцентирует важность коллабораций между университетами, бизнесом и творческими сообществами, что задает новые ориентиры для проектирования образовательного процесса [9-11].

Современные исследования подчеркивают, что креативность в экономическом поведении не противостоит рациональности, но дополняет ее, позволяя находить оптимальные решения в ситуациях, где формализованные алгоритмы недостаточно эффективны. Как показывают О.И. Лозина и Л.А. Тутов, на этапе цифровой экономики креативность выступает как необходимый инструмент адаптации к возрастающей сложности и неопределенности внешней среды, продуцируемой развитием технологий искусственного интеллекта. Это положение имеет принципиальное значение для понимания роли креативных компетенций в деятельности экономиста-управленца, призванного модернизировать системы управления компаниями [3].

Педагогические условия формирования креативных компетенций будущих экономистов должны проектироваться с учетом природы творческих способностей и специфики будущей профессиональной деятельности. Традиционная модель подготовки экономистов, ориентированная преимущественно на трансляцию нормативного знания и формирование алгоритмических умений, оказывается недостаточной для развития творческого потенциала. Как отмечает Н.В. Дегтярева, эффективной формой профессиональной подготовки экономистов выступает организация деятельности модельного предприятия, позволяющая погрузить студентов в контекст реальных производственно-экономических отношений и стимулировать проявление креативности в решении практических задач. Преимущества такого подхода заключаются в возможности моделирования различных ситуаций без риска ощутимых потерь для организации, а также в более широких возможностях для внедрения инновационных управленческих подходов и информационных технологий. Принципиально важным является соблюдение дидактических принципов проблемности, имитационного моделирования и диалогического общения, обеспечивающих активизацию творческого потенциала обучающихся [6, 8].

Систематизация теоретических источников позволяет выделить совокупность условий, обеспечивающих эффективное формирование креативных компетенций будущих экономистов для последующей модернизации систем управления компаниями. К числу таких условий относятся: организационно-педагогические (проектирование образовательной среды, стимулирующей проявление креативности; интеграция учебной, научной и практической деятельности; обеспечение междисциплинарности содержания образования); психолого-педагогические (диагностика и развитие мотивационной сферы; создание ситуаций успеха; обеспечение психологической безопасности для проявления творческой инициативы); методические (использование активных и интерактивных методов обучения; внедрение проектных технологий; организация рефлексивной деятельности студентов); институциональные (развитие партнерских отношений с работодателями; включение студентов в деятельность реальных бизнес-структур; создание площадок для апробации инновационных разработок).

Цель исследования

Целью исследования выступает теоретическое обоснование и разработка структурно-содержательной модели формирования креативных компетенций будущих экономистов, ориентированной на подготовку специалистов, способных инициировать и реализовывать модернизационные процессы в системах управления компаниями, а также выявление и систематизация педагогических условий, обеспечивающих эффективную реализацию данной модели в образовательном процессе современного вуза.

Материал и методы исследования

Материалом для исследования послужили научные публикации российских и зарубежных авторов по проблемам креативной экономики, формирования креативных компетенций и

модернизации систем управления, а также официальные статистические данные Министерства экономического развития Российской Федерации и Росстата, характеризующие состояние и динамику развития креативного сектора в России и за рубежом. В ходе работы были проанализированы учебные программы и образовательные модули ведущих зарубежных университетов: Университета Клемсона (США), Ньюкаслского университета (Великобритания), IE University (Испания), Осацкого университета экономики (Япония), Университета технологии Хошимина (Вьетнам), а также опыт российских вузов, включая Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина.

Методологическую основу исследования составили теоретический анализ научной литературы по проблеме исследования, сравнительно-сопоставительный анализ международного опыта формирования креативных компетенций, систематизация и обобщение педагогических подходов к развитию креативности в высшем экономическом образовании. Для обработки и интерпретации полученных данных применялись методы классификации, типологизации, структурно-функционального моделирования, позволяющие представить процесс формирования креативных компетенций в виде целостной системы с выделением ее компонентов и условий эффективного функционирования.

Результаты исследования

В ходе проведенного исследования были выявлены, проанализированы и систематизированы основные подходы к формированию креативных компетенций будущих экономистов в различных странах, определены ключевые условия эффективной реализации данного процесса и разработана структурно-содержательная модель, ориентированная на подготовку специалистов, способных инициировать и реализовывать модернизационные процессы в системах управления компаниями. Анализ международного опыта позволяет выделить несколько принципиально различных моделей формирования креативных компетенций, каждая из которых обусловлена национальными особенностями систем образования, спецификой экономического развития и сложившимися институциональными традициями.

В Соединенных Штатах Америки сложилась модель, которую можно охарактеризовать как исследовательско-проектную с акцентом на вовлечение студентов в реальную научную деятельность. Показательным примером выступает программа Creative Inquiry in Economics, реализуемая в Университете Клемсона (Clemson University). Данная программа представляет собой специализированный курс, в рамках которого студенты вовлекаются в исследовательские проекты, отбираемые преподавателями экономического факультета. Принципиальной особенностью является вариативность тематики исследований, которая изменяется в зависимости от академических интересов как преподавателей, так и самих студентов. Программа предусматривает возможность повторного прохождения для накопления до шести кредитов, что свидетельствует о ее системном характере и признании значимости исследовательской креативности для профессионального становления экономистов. Американский подход базируется на убеждении, что креативные компетенции формируются прежде всего через самостоятельную исследовательскую деятельность, где студент сталкивается с нестандартными задачами и необходимостью самостоятельного поиска решений [5,11].

В Великобритании сформировалась модель, которую можно определить как структурно-дисциплинарную с четкой теоретической и практической проработкой вопросов управления креативностью. В Ньюкаслском университете (Newcastle University) реализуется модуль EIN3050 «Management of Creativity, Design and Innovation», предназначенный для студентов, уже освоивших базовые курсы по менеджменту и организации. Содержание модуля отличается фундаментальностью и системностью: он охватывает широкий спектр тем, начиная от введения в природу креативности, анализа креативного мышления на индивидуальном уровне и изучения креативности на организационном уровне до вопросов защиты интеллектуальной собственности. Во втором семестре программа углубляется в проблематику управления инновациями, включая открытые инновации, дизайн-менеджмент, разработку новых продуктов и управление зрелыми продуктами. Методика преподавания включает лекционные занятия (23 часа), работу в малых группах (4 часа), консультационные сессии и значительный объем самостоятельной работы (167 часов). Оценка результатов осуществляется через написание двух эссе по 2000 слов каждое, что требует от студентов не простого воспроизводства знаний, а их критического осмысления и

применения к анализу реальных бизнес-ситуаций. Британский подход демонстрирует, что формирование креативных компетенций требует специально разработанных дисциплин, интегрированных в общую структуру подготовки, и базируется на понимании креативности как управленческого навыка, которому можно и нужно обучать [7, 10].

Особого внимания заслуживает опыт Испании, реализуемый в Школе политики, экономики и глобальных отношений IE University (Мадрид), где применяется методология Capstone Projects. Данный подход предполагает выполнение студентами магистерских программ по прикладной экономике и международным отношениям реальных проектов по заказу крупных компаний, включая PwC и Caixa Bank, а также международных организаций, таких как Организация экономического сотрудничества и развития. Студенты получают возможность работать с реальными массивами данных, решать задачи прогнозирования экономических тенденций и моделирования бизнес-процессов. Как отмечают участники программы, такой формат позволяет применить знания микро- и макроэкономики к реальным данным, что невозможно при традиционном теоретическом обучении. Испанский опыт демонстрирует, что ключевым условием формирования креативных компетенций выступает интеграция академического знания с решением прикладных задач, имеющих практическую ценность для бизнеса и государственного управления [1, 4, 7].

В Азии формируются оригинальные подходы, сочетающие западные образовательные технологии с традиционными культурными ценностями. В Осацком университете экономики (Osaka University of Economics) в апреле 2024 года открыт новый факультет — Факультет международного сотворчества и инноваций (Faculty of International Co-creativity and Innovation). Концепция факультета базируется на идее, что для решения социальных и экономических проблем необходим синтез глобального и локального видения, а также способность к сотрудничеству с разнообразными группами населения как внутри страны, так и за рубежом. Модель компетенций выпускника включает четыре ключевых компонента: Insight (способность исследовать сущностные проблемы, сочетая глобальную и локальную оптику), Empathy (понимание мыслей различных групп населения и выстраивание доверия), Conceptual skills (способность соединять знания для разработки планов на основе свободных идей) и Practical ability (способность действовать проактивно для решения проблем). Японский подход примечателен акцентом на межкультурную составляющую креативности и формирование эмпатии как необходимого условия эффективного взаимодействия в мультикультурной бизнес-среде. Обращает на себя внимание терминология: использование понятия «co-creativity» (сотворчество) подчеркивает коллективную природу креативных решений в современном бизнесе, где инновации рождаются не в изоляции, а в процессе взаимодействия различных стейкхолдеров [5, 11].

Во Вьетнаме, в Университете технологии Хошимина (HUTECH), подготовка экономистов-международников строится с акцентом на развитие личностных качеств, необходимых для креативной профессиональной деятельности. В официальных материалах университета подчеркивается, что креативность не является врожденным качеством, а представляет собой продукт непрерывного обучения, наблюдения и критического мышления. Наряду с креативностью, к числу значимых атрибутов будущего специалиста относятся эффективные коммуникативные навыки, уверенность и решительность при решении задач, способность к командной работе и устойчивость к стрессу, а также владение иностранными языками. Учебный план включает как общие дисциплины (основы менеджмента, прикладная психология, предпринимательство), так и специализированные курсы (международная торговля, международные инвестиции, международные финансы). Вьетнамский опыт показывает, что в странах с развивающейся экономикой формирование креативных компетенций тесно увязывается с практическими потребностями бизнеса и задачей интеграции в глобальную экономику.

В странах Содружества Независимых Государств формирование подходов к развитию креативного сектора экономики и, соответственно, подготовке соответствующих кадров находится на относительно ранних этапах по сравнению с развитыми рыночными экономиками. Сравнительное исследование, проведенное А.Ю. Усковой, показывает, что Россия, Казахстан и Киргизия демонстрируют общность концептуальных подходов к институциональному проектированию и выбору уполномоченных органов на этапах формирования системы регулирования креативных индустрий. При этом каждая страна концентрируется на специфических проблемах: в России особое внимание уделяется вопросам защиты прав интеллектуальной собственности, формирова-

нию креативных кластеров и совершенствованию статистического учета креативных индустрий; в Казахстане акцент сделан на поддержку конкретных направлений креативного предпринимательства; в Киргизии — на создание базовых институциональных условий. Важным выводом исследования является положение о том, что наряду с принятием концепций и национальных законов о развитии креативных индустрий необходимо формирование целостной институциональной среды, определяющей четкие «правила игры» и приоритеты государственной поддержки. Данное положение напрямую проецируется на сферу высшего образования, поскольку подготовка кадров для креативной экономики требует согласованных действий государства, университетов и бизнес-сообщества [10].

В Российской Федерации в последние годы наблюдается активизация усилий по развитию креативного сектора. Согласно данным Министерства экономического развития, по итогам 2025 года вклад креативной экономики в ВВП страны достиг 4,2%, составив 8,26 трлн рублей, при этом наибольший вклад обеспечивают разработка программного обеспечения (39,29%), реклама и PR (15,08%), исполнительские искусства (11,31%), архитектура и урбанистика (6,97%). Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в креативных индустриях увеличилось на 11% за период с сентября 2024 года по ноябрь 2025 года, превысив 400 тысяч предприятий, при этом максимальный прирост продемонстрировали музыкальная индустрия (24%), дизайн (21%) и модная индустрия (19%). На государственном уровне реализуются программы поддержки: в 2022 году на развитие креативных индустрий было выделено 80 млрд рублей, в 2023 и 2024 годах планировалось выделение по 100 млрд рублей, предусмотрены проведение Российской креативной недели, всероссийского конкурса креативных индустрий, конкурса лучших креативных туристических маршрутов. Однако, как отмечают исследователи, в России отсутствует единая федеральная система поддержки креативных индустрий, что приводит к значительным региональным диспропорциям в их развитии. Изучение международных практик, в частности опыта Великобритании, США, Ирландии и Казахстана, показывает эффективность таких налоговых инструментов, как системы освобождения от НДС и налоговые кредиты, которые могли бы быть адаптированы к российским условиям для стимулирования креативного сектора [4, 9].

Анализ педагогической практики российских вузов позволяет выделить несколько успешных подходов к формированию креативных компетенций. Значительный интерес представляет авторская педагогическая система Н.В. Дегтяревой, основанная на функционировании модельного предприятия. Данная система представляет собой специально организованное учебное пространство, где студенты учатся на модели и в модели с целью формирования профессиональных экономических и управленческих компетенций. Преимущества такого подхода, по сравнению с прохождением практики на реально действующем предприятии, очевидны: ошибочные действия обучающихся не несут ощутимых потерь для организации; моделирование различных ситуаций, включая кризисные и предбанкротные, делает учебный процесс более подвижным и насыщенным; модельное предприятие может рассматриваться как образец для реально существующих организаций, поскольку возможностей для внедрения инновационных управленческих подходов и информационных технологий здесь значительно больше. Структура модельного предприятия включает учебный центр, библиотеку, фонд типовых документов и бланков, а также программы для автоматизации различных направлений деятельности, такие как LocalOff и FinAnalysBoss. Конструирование игровой деятельности осуществляется с учетом педагогических принципов, разработанных А.А. Вербицким: принципа имитационного моделирования конкретных условий и динамики производства, принципа игрового моделирования содержания и форм профессиональной деятельности, принципа проблемности содержания имитационной модели, принципа диалогического общения. Реализация принципа проблемности закладывается через систему учебных заданий, содержащих противоречивые, избыточные, неверные данные, взаимоисключающие альтернативы, что создает основу для дискуссии, поиска альтернативных вариантов и обоснования решений [6, 8, 10].

Важным направлением модернизации подготовки экономистов является ориентация на формирование форсайт-компетенций, позволяющих выпускникам не просто адаптироваться к изменениям, но и прогнозировать, проектировать желаемое будущее компаний. Как отмечают Г.В. Третьякова и В.С. Ширкова, использование креативных технологий в образовательном процессе способствует формированию у будущих экономистов-международников способности к опережающему отражению действительности и конструктивному преобразованию экономи-

ческой реальности. Данный подход корреспондирует с задачами модернизации систем управления компаниями, поскольку современный менеджмент требует от специалистов не только исполнительской дисциплины, но и проектного мышления, готовности к обоснованному риску и способности генерировать инновационные управленческие решения [7].

Исследователи также подчеркивают значимость креативного компонента в структуре профессиональной подготовки экономистов-международников. В современный период компетентностный подход выступает важнейшим фактором обеспечения качества высшего образования, при этом компетенции формируются комплексно, в процессе всех форм и видов деятельности обучающихся. Инновационное образование предполагает его направленность на получение обучающимися инновационных навыков, что предусматривает их постепенное вовлечение в исследовательскую деятельность, разработку проектов и другие формы активного обучения. Распространение результатов четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0) и наступление эры инноваций, когда передовые технологии радикально изменяют целые сектора экономики и общество в целом, требуют от будущих экономистов навыков применения этих технологий в различных сферах профессиональной деятельности [2-5].

На основе проведенного анализа представляется возможным предложить структурно-содержательную модель формирования креативных компетенций будущих экономистов для модернизации систем управления компаниями, включающую следующие взаимосвязанные компоненты:

Целевой компонент модели ориентирован на подготовку специалистов, способных инициировать и реализовывать инновационные изменения в управлении компаниями, обладающих развитым творческим потенциалом и готовых к деятельности в условиях неопределенности. Данная цель конкретизируется в задачах развития мотивации к творческой профессиональной деятельности, формирования системы знаний о закономерностях и методах экономического творчества, развития креативных способностей и рефлексивных механизмов их регуляции.

Содержательный компонент модели включает взаимосвязь теоретической подготовки (изучение дисциплин, раскрывающих сущность и механизмы экономического творчества, инновационного менеджмента, стратегического управления) и практико-ориентированного обучения, реализуемого через систему проектных заданий, кейсов, деловых игр и работы на модельном предприятии. Важное место занимает междисциплинарный синтез экономических, управленческих, психологических и правовых знаний, позволяющий формировать системное видение профессиональных проблем. Содержание образования должно отражать современные тенденции развития экономики и управления, включая вопросы цифровой трансформации, устойчивого развития, управления в условиях неопределенности.

Процессуальный компонент модели базируется на использовании активных и интерактивных методов обучения: метода проектов, кейс-метода, метода фасилитации, имитационного моделирования, форсайт-технологий, мозгового штурма, деловых и ролевых игр. Организационными формами выступают индивидуальная и групповая работа в специализированных учебных классах, групповое обсуждение, выполнение коллективных проектов, анализ и разбор ситуаций, презентация результатов, проведение тренингов креативности, участие в научно-исследовательской работе. Особое значение придается принципам проблемности, диалогичности, рефлексивной направленности обучения. Процессуальный компонент также предполагает использование современных информационных и коммуникационных технологий, включая специализированное программное обеспечение для экономического анализа и моделирования бизнес-процессов.

Результативный компонент модели предполагает мониторинг сформированности креативных компетенций по мотивационно-ценностному, когнитивному, операционально-деятельностному и рефлексивному критериям. Показателями выступают: устойчивый интерес к творческой профессиональной деятельности, полнота и системность знаний о методах экономического творчества, способность генерировать новые идеи и находить нестандартные решения профессиональных задач, умение анализировать и оценивать собственную творческую деятельность, готовность к принятию ответственности за инновационные решения. Диагностический инструментарий включает методы наблюдения, экспертной оценки, анализа продуктов деятельности, тестирования, самооценки.

Условия эффективной реализации модели подразделяются на несколько групп. Организационно-педагогические условия включают проектирование креативной образовательной среды, стимулирующей проявление творческой активности; интеграцию учебной, научной и практи-

ческой деятельности; обеспечение междисциплинарности содержания образования; развитие партнерских отношений с работодателями и включение студентов в решение реальных бизнес-задач; создание и поддержание деятельности модельных предприятий и учебных бизнес-инкубаторов; обеспечение доступа к современным информационным ресурсам и технологиям. Психолого-педагогические условия предполагают диагностику и развитие мотивационной сферы студентов, создание ситуаций успеха, обеспечение психологической безопасности для проявления творческой инициативы, развитие рефлексивных способностей, формирование установки на творчество как профессионально значимую ценность, учет индивидуальных особенностей и склонностей обучающихся.

Анализ международного опыта показывает, что наиболее продуктивными для адаптации в российских условиях представляются следующие элементы. Из американского опыта целесообразно заимствовать идею вовлечения студентов в реальные исследовательские проекты с вариативной тематикой, соответствующей интересам и склонностям обучающихся. Программы типа Creative Inquiry могут быть адаптированы через создание системы студенческих научно-исследовательских лабораторий, работающих над актуальными проблемами региональной экономики и управления по заказам предприятий и организаций. Из британского опыта представляет ценность системный подход к преподаванию дисциплин, связанных с управлением креативностью и инновациями. Разработка специализированных модулей, охватывающих как индивидуальные, так и организационные аспекты креативности, вопросы защиты интеллектуальной собственности и управления инновационными процессами, способна существенно обогатить содержание подготовки российских экономистов. Испанский опыт реализации Capstone Projects демонстрирует высокую эффективность интеграции академического образования с решением реальных задач бизнеса и государственного управления. Создание механизмов системного взаимодействия университетов с компаниями и организациями, заинтересованными в разработке экономических и управленческих проектов, позволит повысить практическую направленность подготовки и сформировать у студентов опыт решения реальных профессиональных задач. Из японского опыта заслуживает внимания акцент на формирование межкультурной компетентности и эмпатии как необходимых компонентов креативности в современном глобализованном мире. Развитие программ академической мобильности, включение в учебные планы дисциплин, формирующих понимание культурных особенностей ведения бизнеса в различных странах, развитие навыков межкультурной коммуникации будут способствовать подготовке экономистов, способных эффективно работать в международной бизнес-среде.

Обсуждение полученных результатов позволяет сделать вывод о том, что эффективное формирование креативных компетенций будущих экономистов возможно лишь при комплексной реализации выделенных условий и использовании адекватных педагогических технологий. При этом ключевым фактором выступает интеграция усилий университетов, бизнес-сообщества и государства по созданию благоприятной институциональной среды. Необходима координация действий всех заинтересованных сторон: разработка и реализация образовательных программ, ориентированных на потребности креативной экономики; создание механизмов стимулирования инновационной активности студентов и преподавателей; развитие инфраструктуры поддержки креативных инициатив; совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы интеллектуальной собственности и коммерциализации результатов творческой деятельности.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы. Формирование креативных компетенций будущих экономистов представляет собой актуальную педагогическую задачу, обусловленную объективными потребностями модернизации систем управления компаниями в условиях цифровой трансформации и становления экономики знаний. Анализ международного опыта свидетельствует о многообразии подходов к решению данной задачи: от исследовательско-проектной модели в США и структурно-дисциплинарной в Великобритании до моделей, акцентирующих практико-ориентированность (Испания) и межкультурную составляющую креативности (Япония). В странах СНГ и России формирование креативного сектора и соответствующей системы подготовки кадров находится на стадии становления, что требует учета институциональных особенностей и постепенного выстраивания целостной системы поддержки.

В результате исследования разработана структурно-содержательная модель формирования креативных компетенций будущих экономистов, включающая целевой, содержательный, процессуальный и результативный компоненты, а также выявлены и систематизированы организационно-педагогические, психолого-педагогические и методические условия ее эффективной реализации. Ключевыми условиями выступают проектирование креативной образовательной среды, интеграция учебной, научной и практической деятельности, использование активных и интерактивных методов обучения, развитие партнерских отношений с работодателями, обеспечение психологической безопасности для проявления творческой инициативы.

Наиболее продуктивными для адаптации в российских вузах представляются следующие элементы зарубежного опыта: вовлечение студентов в реальные исследовательские проекты (США), системное преподавание дисциплин по управлению креативностью и инновациями (Великобритания), реализация проектов по заказу бизнеса и государственных структур (Испания), формирование межкультурной компетентности и эмпатии (Япония). При этом адаптация должна осуществляться с учетом национальной специфики, традиций фундаментального экономического образования и региональных особенностей рынков труда.

Литература

1. Голубецкая Н.П., Бургонов О.В., Смешко О.Г. Влияние цифровых технологий на модернизацию менеджмента российских нефтегазовых компаний в условиях глобальных вызовов // Экономика и управление. 2022. Т. 28, № 10. С. 1064-1073. DOI: 10.35854/1998-1627-2022-10-1064-1073 EDN: PYRLJV.
2. Линань С. концептуальные основы разработки стратегии и модели оптимальной цифровизации российских предприятий // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. Т. 7, № 8(149). С. 147-157. DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2024.08.07.020 EDN: SNWMXG.
3. Лозина О.И., Тутов Л.А. Креативность как феномен экономического поведения: междисциплинарный подход // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2025. Т. 17, № 3. С. 7-19. DOI: 10.38050/2078-3809-2025-17-3-7-19 EDN: ZQDOMV.
4. Поступинский И.А. Модернизация бизнес-модели компании межрегионального девелопера в условиях экономической трансформации // Human Progress. 2025. Т. 11, № 4. DOI: 10.46320/2073-4506-2025-4a-11 EDN: FQDGA.
5. Ростовцева П.П., Гусева Н.В. Развитие творческого потенциала будущих экономистов с помощью современных технологий // Мир науки, культуры, образования. 2021. № 2(87). С. 316-318. DOI: 10.24412/1991-5497-2021-287-316-318 EDN: ANGWXE.
6. Спирина Ю.П. Роль компетентностного подхода в формировании профессиональных компетенций будущих экономистов // Январские педагогические чтения. 2024. № 10(22). С. 43-47. EDN: LHNTSG.
7. Третьякова Г.В., Ширкова В.С. Использование креативных технологий в формировании форсайт-компетенций будущих экономистов-международников // Бизнес. Образование. Право. 2024. № 4. С. 339-344. DOI: 10.25683/VOLBI.2024.69.1123 EDN: NQUUVC.
8. Халадов Х.А.С., Бугайчук Т.В., Медведева Т.Ю., Вотинцев А.В. Ценностно-мотивационная сфера студентов - будущих педагогов и воспитательная среда вуза // Вестник Мининского университета. 2025. Т. 13, № 4(53). DOI: 10.26795/2307-1281-2025-13-4-1 EDN: MKCZCW.
9. Karpova O.M., Turgel I.D. Tax incentives as a stimulating mechanism for creative industries in regional economy // Perm University Herald. Economy. 2024. Vol. 19, No. 4. P. 409-426. DOI: 10.17072/1994-9960-2024-4-409-426 EDN: FTWCOT.
10. Uskova A.Yu. Design of a creative economy state regulation system in the CIS countries // R-Economy. 2025. Vol. 11, No. 3. P. 356-371. DOI: 10.15826/recon.2025.11.3.019 EDN: UZTLSZ.
11. Zubkov A.D. The Usage of On-Line Courses for Specific Purposes: Development of Intercultural Competencies of Economy Students // Сибирский учитель. 2023. No. 2(147). P. 88-91. EDN: YYFHGT.