DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-162

УДК 331.108.4-026.15:005.21:658.589

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК КРЕАТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

STRATEGIC DEVELOPMENT OF STAFF CREATIVITY IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE CHANGES AT THE ENTERPRISE

Шешлюк Олексій Сергійович
аспірант,
Київський національний університет харчових технологій
ORCID: https://orcid.org/0009-0006-3860-8451

Sheshlyuk Oleksiy
Kyiv National University of Food Technologies

У дослідженні аналізується стратегічна роль креативності персоналу у стимулюванні інноваційного розвитку підприємств. Виходячи з аналізу інноваційних практик розвинутих країн, автори досліджують, що інновації, які є основою економічного розвитку на мікроекономічному рівні, залежать від ефективного використання творчих ресурсів працівників. Розглядаються механізми активізації інноваційної діяльності через призму інтелектуалізації економіки та необхідності адаптації до зростаючої глобальної конкуренції. Автори досліджують наукові підходи до креативності та інноваційної культури, що підтверджується аналізом актуальних досліджень у цій області. Визначається, що основною умовою ефективного інноваційного розвитку є розвиток творчих здібностей працівників, які повинні бути інтегровані у чотири основні компоненти системи управління інноваціями: компетентність, структура, культура та стратегія. Стаття має на меті визначити ключові аспекти формування креативної стратегії, здатної підтримувати довгостроковий розвиток підприємств у умовах динамічних ринкових змін. Обгрунтовується, що підприємства можуть досягти конкурентоспроможності лише за наявності високої креативної активності та ефективного управління цим потенціалом.

Ключові слова: стратегічний розвиток, креативність, креативний персонал, підприємство, інновації, інноваційний розвиток.

The study analyzes the strategic role of staff creativity in stimulating the innovative development of enterprises. Based on the analysis of innovative practices of developed countries, the authors argue that innovations, which are the basis of economic development at the microeconomic level, depend on the effective use of creative resources of employees. The mechanisms of intensification of innovation activity are considered through the prism of intellectualization of the economy and the need to adapt to growing global competition. The authors examine the existing scientific approaches to creativity and innovation culture, which is confirmed by the analysis of current research in this area. It is determined that the main condition for effective innovation development is the development of employees' creative abilities, which should be integrated into the four main components of the innovation management system: competence, structure, culture and strategy. The article aims at identifying the key aspects of forming a creative strategy capable of supporting the long-term development of enterprises in the context of dynamic market changes. The article emphasises that to develop employee creativity, leaders must provide the necessary resources, encourage open communication and collaboration, recognise and reward employees' creative achievements, and foster a mindset that considers calculated risks and learns from failure. It is shown that the key role in the introduction of innovative changes at the enterprise is played by personnel, whose performance is the main criterion for evaluating the systems of innovation process management and increasing the level of competitiveness of the enterprise. Therefore, the formation of creative abilities of personnel is very important for the innovative development of the enterprise and its ability to compete in a complex changing business environment. Enterprises can ensure competitiveness only if they have highly qualified creative staff capable of regularly bringing to the market innovative products with high demand.

Keywords: strategic development, creativity, creative personnel, enterprise, innovation, innovative development.

© Шешлюк О.С., 2024

Постановка проблеми. Досвід розвинутих націй показує, що основою економічного прогресу суспільства є інновації, втілені на різних рівнях економіки, включно з мікрорівнем. Інновації у різних галузях створюють конкурентні переваги для бізнес-суб'єктів, що вимагає від керівників підприємств і топменеджерів зосередження на розробці та реалізації інноваційних рішень, ролі в яких відводиться креативному персоналу. Творчий потенціал працівників є ключовим у процесі інноваційного розвитку підприємств, стаючи основним драйвером інноваційної активності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій виявляє, що в наукових дискурсах набувають актуальності дослідження механізмів стимуляції інноваційної активності у контексті інтелектуалізації економіки, зростання глобальної конкуренції, трансформації систем управління та інших сучасних викликів. Поняття креативності та інноваційної культури, які тісно пов'язані між собою, виявляються значущими в цьому дискурсі, що підтверджується численними публікаціями, присвяченими різним аспектам цих категорій.

А саме, теоретичні та практичні аспекти розвитку креативності були досліджені в роботах міжнародних і національних учених, включаючи Н. І. Булку [1], І. А. Маркіну, Х. Гейвіна [2], Ф. Баррона, Д. Харрінгтона [3], Р. Стернберга [5], К. Тейлора, Р. Муні [6], А. Ротенберга [4] та інших. Ці дослідження підкреслюють різноманіття підходів до вивчення механізмів формування креативного потенціалу працівників.

Креативність розглядається як многовимірна категорія, аналіз якої ведеться в ракурсі якісної характеристики соціального капіталу [7], у рамках управління талантами [11], а також в структурі креативного управління [9]. Синтез креативності та інноваційності як ключових елементів нового напряму розвитку економіки і суспільства відображено у дослідженнях [8]. Крім того, сучасні підходи до мотивації креативності інноваторів, які займаються розробкою нових продуктів і технологій, детально розглянуто у контексті управління інноваційно активними підприємствами в монографії [10].

Постановка цілей. Стаття має на меті визначити ключові аспекти формування та розвитку креативності персоналу підприємства у контексті інноваційних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інновації перетворилися на модний термін у сучасному швидкозмінному бізнес-середовищі. Організації різних розмірів і галузей невпинно шукають нові шляхи для здобуття конкурентних переваг і збереження лідерства. Багато хто покладається на технології та підходи, засновані на аналізі даних, але часто ігнорують один важливий аспект інновацій – креативність. У цій статті ми розглянемо нереалізований потенціал творчості в стимулюванні інновацій та обговоримо, як створити ефективну стратегію, орієнтовану на креативність, яка допоможе сприяти інноваціям в організації.

Менеджмент інновацій – це систематичний процес планування, організації, контролю та управління інноваціями всередині організації. Це допомагає стимулювати та реалізовувати нові ідеї для покращення роботи організації. Це передбачає створення культури, у якій цінується творчість, виявлення можливостей для інновацій та ефективне втілення цих ідей. Це включає такі види діяльності, як генерація ідей, дослідження та розробки, тестування та стратегічне впровадження інноваційних рішень [12].

Мета полягає в тому, щоб підтримувати конкурентну перевагу, адаптуватися до мінливих вимог ринку та постійно вдосконалювати продукти чи послуги організації. Успішне управління інноваціями потребує підтримки з боку керівництва, міжфункціонального співробітництва та систематичного підходу до розробки та реалізації творчих концепцій.

Є чотири аспекти, що становлять цілісну структуру управління інноваціями (рис. 1):

– Компетентність. Термін описує набір навичок, знань і здатностей, які мають окремі особи та команди, що задіяні в інноваційних процесах. Компетентність включає технічні та творчі навички, забезпечуючи наявність потрібних талантів для реалізації інновацій в організації.

– Структура. Визначає як організовані команди, як розподіляється інформація всередині організації, а також наявність спеціалізованих команд або відділів, що займаються інноваціями. Ефективно спроектована структура сприяє ефективному спілкуванню та колаборації.

– Культура. Описує середовище, що спонукає до ризику, цінує креативність і підтримує постійне навчання. Така культура заохочує відкрите спілкування, високо цінує різноманітність поглядів і підтримує експериментацію.

– Стратегія. Чітка стратегія узгоджує інноваційні зусилля організації з загальними бізнес-цілями. Вона включає встановлення

Рис. 1. Структура управління інноваціями

Джерело: розроблено автором на основі [13]

цілей, визначення пріоритетів та напрямів інноваційних ініціатив. Стратегічний підхід забезпечує, що інновації є цілеспрямованим процесом, що вносить вклад у довгостроковий успіх організації [13].

В умовах сучасного, швидкозмінного і складного бізнес-середовища, організації, що ігнорують свій креативний потенціал, можуть відставати від конкурентів.

Впровадження креативності в бізнес відкриває безліч можливостей. Креативне мислення дозволяє компаніям виявляти нові ринки, розробляти унікальні пропозиції та відрізнятися від конкурентів, відповідаючи на потреби клієнтів з продуктами та послугами, які відгукуються у їхніх серцях.

Креативність також сприяє формуванню інноваційної культури. Стимулювання креативного мислення серед працівників надихає їх ділитися ідеями та ризикувати, що підвищує залученість і мотивацію, збільшуючи продуктивність та загальну ефективність компанії [12].

Розробка креативної стратегії є критично важливою для активізації творчих ресурсів та сприяння інноваціям у вашій організації. Важливими елементами цього процесу є визначення чіткого бачення, створення підтримуючої культури та забезпечення необхідних ресурсів для розвитку креативності.

Встановлення бачення та ясних цілей інновацій визначає напрямок для творчих зусиль і забезпечує їхню відповідність загальній стратегії компанії. Наприклад, компанія в галузі технологій може прагнути революціонізувати спілкування, розробляючи продукти, що поліпшують і спрощують комунікаційні процеси. Це бачення та цілі формують основу для креативної стратегії, керуючи організаційними зусиллями до досягнення визначених цілей.

Створення культури, яка цінує та плекає креативність, створює середовище, де ідеї вітаються, співпраця заохочується, а невдачі розглядаються як можливість для навчання. У такому середовищі працівники мотивовані мислити нестандартно та відчувають підтримку в ризикованих ідеях та експериментах.

Забезпечення необхідних ресурсів: час, навчання та інструменти - все це дозволяє працівникам розвивати свій творчий потенціал. Виділення часу на творчість сприяє глибокому зануренню в творчі процеси, експерименти та удосконалення ідей, тоді як навчання і інструменти надають необхідні навички та засоби для реалізації інноваційних рішень.

Розробка ефективної креативної стратегії потребує систематизованого та цілеспрямованого підходу (рис. 2).

З рисунку ми бачимо, що потрібно почати з оцінки креативного потенціалу вашої організації. Визначити сфери, які потребують покращення, за допомогою опитувань, інтерв'ю чи воркшопів, де працівники можуть висловити свої ідеї та думки.

Потім встановлюємо цілі та формуємо чітке бачення інновацій. Визначаємо, що ми

Рис. 2. Підхід до розробки креативної стратегії

Джерело: розроблено автором на основі [14]

прагнемо досягнути і як креативність може сприяти досягненню поставлених цілей.

Під час узгодження креативної стратегії з бізнес-стратегією потрібно переконатися, що креативні зусилля відповідають загальним цілям організації.

Також важливо не забувати про розвиток культури, яка сприяє креативності. Стимулюйте прийняття ризиків, надавайте регулярні можливості для мозкових штурмів та генерації ідей, визнавайте та винагороджуйте творчий внесок.

Саме завдяки визнання та винагородження творчого внеску ми мотивуємо та надихаємо працівників за допомогою публічного визнання, фінансових винагород або можливостей для кар'єрного зростання.

Інвестиції в навчання та розвиток надає працівникам необхідні навички та знання для креативного мислення та інновацій через воркшопи, семінари чи онлайн-курси.

Кожен з цих кроків є невід'ємною частиною створення середовища, де креативність та інновації можуть процвітати, сприяючи тривалому успіху організації.

Створення ефективної креативної стратегії є лише початком. Для реалізації інновацій, необхідно забезпечити впровадження та розвиток креативної культури у всіх напрямках діяльності організації.

Лідери мають виступати з ініціативою, показуючи приклад через своє креативне мислення та мотивуючи свої команди до подібних дій. Організаціям важливо забезпечити співробітникам умови для спільної роботи та обміну ідеями, зокрема через організацію регулярних мозкових штурмів або через створення інноваційних лабораторій. Також, визнання та винагородження творчих досягнень співробітників може значно підсилити оцінку креативності в організації.

Оцінювання впливу креативних стратегій на інновації є критично важливим для забезпечення неперервного удосконалення та демонстрації значення креативності як двигуна інновацій. Організації можуть впровадити ключові показники ефективності (KPI), пов'язані з креативністю та інноваціями, наприклад, кількість реалізованих ідей, час від генерації ідеї до її реалізації, або вплив креативних ініціатив на доходи. Регулярний аналіз цих показників надає змогу оцінити ефективність стратегій та приймати рішення, засновані на даних.

Вкрай важливо визнати, що творчість та інновації – це не просто партнери; вони

являють собою динамічний дует, який просуває бізнес у майбутнє. Інновації нерозривно пов'язані з творчістю, оскільки вони засновані на здатності послідовно генерувати нові та унікальні ідеї. Креативність слугує рушійною силою інновацій, життєвою силою, що дає змогу впроваджувати новаторські ідеї, новаторські рішення, оптимізовані процеси, революційні бізнес-моделі, інноваційні продукти та передові послуги.

Креативні бізнес-ідеї відрізняють компанії одна від одної. Це дає компаніям конкурентну перевагу. Без творчості та інновацій кожна компанія слідувала б одній і тій самій схемі в бізнесі, маркетингу/просуванні або навіть у товарах і послугах, які вони продають. Креативність сьогодні важлива для бізнесу, особливо коли ринок залежить від інноваційних гальмівних технологій. Творче мислення веде до реалізації інноваційних ідей на робочому місці, співпраця творчих умів може втілити творчі бізнес-ідеї в реальність. Щойно ваші співробітники зможуть мислити нестандартно і розробляти унікальні ідеї, можливості безмежні.

Креативність у діловому середовищі відіграє життєво важливу роль у стимулюванні інновацій, диференціації та загальному успіху. Це передбачає нестандартне мислення, виклик традиційним нормам і генерацію нових ідей і підходів (табл. 1).

Розвиток креативності на робочому місці дійсно може створювати проблеми, але спостереження за творчими інноваціями інших компаній може надихнути команди розкрити свій власний творчий потенціал. Важливість інновацій стоїть на передньому краї факторів, що сприяють успіху бізнесу.

Фактично, згідно з дослідженням, багато керівників віддають перевагу творчості та важливості інновацій навіть вище за бачення, чесність і дисципліну. Для сприяння творчості та важливості інновацій вирішальне значення має добре розроблена інноваційна стратегія. Заохочуючи свіжі перспективи та підходи до бізнесу, організації можуть розширити свої можливості щодо розв'язання проблем і відкрити нові можливості.

Іноді буває складно сформувати творчу культуру в організації. Ось різні способи, які стануть відправною точкою для створення культури інновацій в організації:

1. Надання творчої автономії:

– Надання співробітникам можливість підходити до нових проєктів з їхньої унікальної точки зору.

– Давати їм свободу творчості та заохочуйте нестандартне мислення.

2. Формування спільних команд:

– Створення команд, учасники яких можуть ділитися ідеями та розподіляти обов'язки.

– Об'єднувати людей з різними навичками та досвідом.

– Створення інноваційні рішення, що охоплюють усі аспекти проєкту.

3. Сприяння культурі змін:

– Сприйняття зміни як каталізатор творчості та інновацій.

Таблиця 1

Важливість творчості в діловому середовищі для інновацій

Конкурентна перевага	Переваги творчості та інновацій
Диференціація та унікальні пропозиції	Креативність допомагає компаніям розробляти унікальні пропозиції та виділятися серед конкурентів на ринку.
Розв'язання проблем та адаптивність	Креативне мислення відкриває нові перспективи та інноваційні рішення для розв'язання проблем та ефективної адаптації до змін.
Зростання і розширення	Креативність та інновації відчиняють двері до нових можливостей і ринків, стимулюючи зростання і розширення бізнесу.
Залученість і задоволеність співробітників	Розвиток творчої культури підвищує залученість і задоволеність співробітників, що призводить до підвищення продуктивності й утримання співробітників.
Задоволеність і лояльність клієнтів	Креативні рішення задовольняють потреби клієнтів, підвищуючи задоволеність і підвищуючи лояльність клієнтів.
Постійне вдосконалення і готовність до майбутнього	Креативність та інновації сприяють постійному вдосконаленню, гарантуючи, що бізнес залишиться актуальним у довгостроковій перспективі.

Джерело: узагальнено авторами на основі власних досліджень

– Заохочення співробітників розвивати та реалізовувати нові ідеї, що відповідають їхнім інтересам.

– Наголошення, що невдача - це цінна можливість для навчання і важлива частина творчого процесу.

4. Створення різноманітних команд:

– Збирати команди з різним досвідом і світоглядом.

– Розвивати ширший спектр точок зору, що призведе до більш творчих дискусій та інноваційних підходів.

– Заохочення обміну ідеями між членами команди для безперервного навчання та ефективних інноваційних стратегій.

5. Заохочення творчого підходу до керівництва:

– Задавати тон усій організації, демонструючи і просуваючи творче мислення.

– Створити середовище, в якому члени команди почуватимуться комфортно, ділячись своїми ідеями, і знають, що їхній внесок цінують.

– Познайомитися з унікальними сильними сторонами та навичками кожного члена команди, щоб повністю розкрити їхній потенціал.

6. Використовувати креативний цифровий маркетинг:

– Вийти за рамки традиційних маркетингових підходів, знайшовши унікальні та креативні способи демонстрації продуктів або послуг.

– Створити привабливий контент, що підкреслює цінність продукту і викликає емоції клієнтів.

– Заохочувати співробітників ділитися ідеями і шукати натхнення у відгуках клієнтів.

7. Бути уважним до тенденцій ринку:

Регулярно вивчати і стежте за тенденціями ринку у вашій галузі.

Визначати методи економії, вивчати нові матеріали та адаптувати бізнес-моделі, щоб залишатися актуальними.

Приймайте обґрунтовані рішення, розробляти ефективні стратегії та досягати успіху в майбутньому, залишаючись у курсі [15].

Творчість притаманна кожній людині, хоча для декого вона може залишатися невикористаною. Лідери відіграють вирішальну роль у розкритті творчих здібностей співробітників, створюючи середовище, яке заохочує нестандартне мислення та інноваційне вирішення проблем.

Щоб сприяти творчості та інноваціям у керівництві, важливо розуміти ефективні методи натхнення співробітників. Один із підходів полягає у створенні щотижневого відкритого форуму, присвяченого обговоренню значення творчості та інновацій у бізнес-операціях. Цей форум надає всім членам команди можливість поділитися своїми спільними ідеями та поглядами на різні проєкти або ініціативи, даючи змогу висловити найрізноманітніші точки зору.

Хоча не кожна ідея, представлена на форумі, буде винятковою, завдяки активному обговоренню та пропозиціям існує висока ймовірність виявлення хоча б однієї ідеї, що може стати основою для подальшого розвитку.

Крім того, підкреслюючи переваги, які інноваційні підходи приносять бізнесу, співробітники можуть надихнутися на пошук нових способів досягнення цілей у рамках інноваційного процесу. Спостереження за позитивними результатами творчості в дії може розпалити в них інтерес і мотивацію до внесення інноваційних ідей.

Реалізуючи ці стратегії, лідери можуть створити культуру, яка цінує і заохочує творчість та інновації, що в кінцевому підсумку сприяє зростанню й успіху бізнесу.

Креативність та інновації є незамінними елементами для організацій, що працюють у конкурентному та глобальному бізнес-середовищі. Вони слугують рушійною силою новаторських ідей, стимулюють нові перспективи та відкривають двері до нових можливостей для бізнесу.

Щоб досягти великих висот у бізнесі, лідерам бізнесу вкрай важливо розставити пріоритети і стимулювати творчість усередині організації. Приймаючи креативність як фундаментальний аспект, лідери надихають свої команди мислити нестандартно, кидати виклик традиційному мисленню та розробляти інноваційні рішення.

Креативність та інновації забезпечують конкурентну перевагу, даючи змогу організаціям адаптуватися до мінливої динаміки ринку, відрізнятися від конкурентів і досліджувати невикористані ринки. Вони є каталізаторами розроблення революційних продуктів, послуг і стратегічного партнерства, які сприяють зростанню та успіху.

Щоб розвивати креативність, лідери мають надавати необхідні ресурси, заохочувати відкрите спілкування та співпрацю, визнавати та винагороджувати творчі досягнення, а також формувати спосіб мислення, що враховує розраховані ризики та виносить уроки з невдач.

Висновки. Підсумовуючи, можна сказати, що в нинішньому діловому середовищі творчість та інновації не є обов'язковими, а є необхідними для організацій, які прагнуть стійкого успіху. Віддаючи пріоритет творчості, лідери стимулюють генерацію перетворювальних ідей, кидають виклик традиційному мисленню і відкривають нові можливості, які піднімають їхній бізнес на вищий рівень.

Ключову роль у впровадженні інноваційних змін на підприємстві відіграє персонал, чия ефективність є основним критерієм для оцінки систем управління інноваційними процесами. Тому формування творчих здібностей і креативності працівників є важливим для інноваційного розвитку підприємства та його здатності конкурувати. Підприємства можуть забезпечити конкурентоспроможність лише за наявності висококваліфікованого креативного персоналу, здатного регулярно виводити на ринок інноваційні продукти з високим попитом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Булка Н. І. Розвиток креативності у молодших школярів із порушеними соціальними зв'язками: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Н. І. Булка. – Одеса, 2005. – 19 с

2. Маркіна І. А. Наукові підходи до визначення понять «креативність» та «креативний потенціал» / І. А. Маркіна, Л. М. Шимановська-Діанич // Економіка Криму. – 2011. – № 1 (34). – С. 289–295.

3. Barron F. Creativity, intelligence and personality / F. Barron, D. Harrington // Ann. Rev. Of Psychol. – 1981. – № 32. – P. 439–476.

4. Rothenberg A. The process of Janusian Thincing in creativity / A. Rothenberg // Archives of General Psuchiatry. – 1976. – № 33. – P. 17–26.

5. Sternberg R. General intellectual ability / R. Sternberg // Human abilities by R. Sternberg. – 1985. – P. 5–31.

6. Taylor C. W. Various Approaches to and Definitions of creativity // R.J. Sternberg (Ed.). – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1988. – P. 99–124.

7. Grabovska I. V. Innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstva na zasadakh upravlinnia kreatyvnistiu personalu [Innovative development of the enterprise on the basis of creativity management of personnel]. *Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences.* 2017. Vol. 2. No. 2. P. 192–197.

8. Bukovynska M. P. Kreatyvnist personalu yak neobkhidna yakist formuvannia sotsialnoho kapitalu [Creativity of staff as a necessary quality of social capital formation]. *Scientific works of the National University of Food Technologies*. 2013. No. 51. P. 122–128.

9. Prodius O.I. (2012) Kreatyvnyi menedzhment yak zaporuka suchasnoho efektyvnoho upravlinnia [Creative management as a pledge of modern, effective management]. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal* [Economics: realities of time. Scientific Journal] (electronic journal), vol. 3, no. 2, pp. 67–72. Available at: http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html (accessed (25/01/18)).

10. Yastremska O. M. (2013) Motyvatsiia kreatyvnosti novatoriv: monohrafiia [Motivation of creativity of innovators: a monograph]. Kharkiv: KhNEU Publishing (Видавництво ХНЕУ).

11. Kuznetsova N. B. Kontseptsiia upravlinnia talantamy v systemi menedzhmentu znan. [The concept of talent management in the knowledge management system]. *Social-Labor Relations: Theory and Practice*, vol. 8, no. 2, pp. 181–187.

12. Igniting Innovation with a Powerful Creative Strategy URL:https://www.wrike.com/blog/creative-strategy-2/ (дата звернення: 17.05.2024)

13. Philipson, S. (2020). Sources of innovation: Consequences for knowledge production and transfer. Journal of Innovation & Knowledge, 5(2020), 50–58. DOI: 10.1016/ j.jik

14. Rajapathirana, J., Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3, 44–55. DOI: 10.1016/ j.jik

15. Importance of Creativity and Innovation in Business Environment URL:https://digitalleadership.com/blog/creativity-and-innovation-in-a-business-environment/ (дата звернення: 17.05.2024)

REFERENCES:

1. Bulka N. I. (2005) Development of creativity in junior schoolchildren with disrupted social ties: PhD thesis for the degree of Candidate of Psychological Sciences: specialty 19.00.07 "Pedagogical and age psychology". Odesa, 2005. 19 p.

2. Markina I. A. Scientific approaches to the definition of the concepts of "creativity" and "creative potential" / I.A. Markina, L.M. Shimanovska-Dianich // Ekonomika Kryma. – 2011. – № 1 (34). – P. 289–295.

3. Barron F. Creativity, intelligence and personality / F. Barron, D. Harrington // Ann. Rev. Of Psychol. – 1981. – No. 32. – P. 439–476.

4. Rothenberg A. The process of Janusian Thincing in creativity / A. Rothenberg // Archives of General Psuchiatry. –v 1976. – No. 33. – P. 17–26.

5. Sternberg R. General intellectual ability / R. Sternberg // Human abilities by R. Sternberg. – 1985. – P. 5–31.

6. Taylor C.W. Various Approaches to and Definitions of creativity // R.J. Sternberg (Ed.). – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1988. – P. 99–124.

7. Grabovska I. V. (2017) Innovative development of the enterprise on the basis of creativity management of personnel]. *Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences*, vol. 2, no. 2, pp. 192–197.

8. Bukovynska M. P. (2013) Creativity of the staff as a necessary quality of social capital formation. *Scientific works of the National University of Food Technologies*, no. 51, pp. 122–128.

9. Prodius O. I. (2012) Creative management as a guarantee of modern effective management. Naukovyi zhurnal [Economics: the realities of time. Scientific journal] (electronic journal), vol. 3, no. 2, pp. 67–72. Access mode: http://economics.opu.ua/ files/archive/2012/n4-5.html (accessed January 25, 2018).

10. Yastremska, O. M. (2013) Motivation of innovators' creativity: a monograph. Kharkiv: KNEU Publishing House (KNEU Publishing House).

11. Concept of talent management in the system of knowledge management [The concept of talent management in the system of knowledge management]. *Social and labor relations: Theory and Practice*, vol. 8, no. 2, pp. 181-187.

12. Igniting Innovation with a Powerful Creative Strategy URL: https://www.wrike.com/blog/creative-strategy-2/ (accessed 17.05.2024).

13. Philipson, S. (2020). Sources of innovation: Implications for knowledge production and transfer. *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(2020), 50–58. DOI: 10.1016/ j.jik

14. Rajapathirana, J., Hui, Y. (2018). The relationship between innovation capability, type of innovation and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 3, 44–55. DOI: 10.1016/ j.jik

15. The importance of creativity and innovation in the business environment URL: https://digitalleadership.com/blog/creativity-and-innovation-in-a-business-environment/ (accessed 17.05.2024)