УДК 005.95:005.336.4
DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-44

Діденко А.В.
кандидат економічних наук, доцент,
Хортицька національна академія
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1136-403X
Кравець О.В.
кандидат економічних наук,
Класичний приватний університет
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2980-5238
Волик Н.Г.
кандидат економічних наук, доцент,
Хортицька національна академія
ORCID: https://orcid.org/0009-0007-7183-9574

Didenko Anastasiia
Khortytsia National Academy
Kravets Olena
Classic Private University
Volik Nataliya
Khortytsia National Academy

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті акцентовано на важливості збереження та відновлення людського капіталу, формування стратегій змінення конкурентоспроможності, заснованих на створенні креативного середовища та розвитку креативності працівника. Розглянуто сутність креативного потенціалу підприємства, фактори його формування та розвитку. Досліджено підходи до оцінки та управління розвитком креативного потенціалу. Наведено систему управління розвитком креативного потенціалу підприємства та склад креативних ресурсів підприємства. Підкреслено важливість створення необхідного середовища для реалізації креативного потенціалу працівників, запровадження системи навчання співробітників та механізмів їх матеріального та морального стимулювання.

Ключові слова: *креативність, потенціал, людський капітал, креативний потенціал, інновації.*

FACTORS TO THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE'S CREATIVE POTENTIAL

The article focuses on the significance of preserving and enhancing the creative potential of the enterprise. It highlights the importance of creating a environment that fosters creativity and developing employees' creative skills. The research of both domestic and foreign authors on the essence of creativity is analyzed. It was revealed that there is still no formalized understanding of the factors that influence creativity and lead to a positive entrepreneurial effect. The purpose of the article is to establish the essence of the creative potential of the enterprise, its formation and development factors, and to study approaches to managing the development of creative potential. The article utilizes comparison, generalization, analytical methods, etc. It considers the essence of the creative potential of the enterprise and identifies two primary factors the development of the creative environment: economic and infrastructural, along with their problems and possible solutions. The article studied approaches to evaluating and managing the development of creative potential and presents the scheme of management system for creative potential development, including the composition of the enterprise's creative resources. It also mentions methods and tools for stimulating employees' creative potential. The components of the enterprise's strategies for the development of the enterprise's creative potential are presented. The importance of a systematic and comprehensive approach to developing creative potential is emphasized. It should including measures aimed at developing the competence of personnel in terms of their skills and abilities, creating mechanisms for their material and moral stimulation, and providing the necessary environment for realizing creative potential of employees.

Key words: *creativity, potential, human capital, creative potential, innovation.*

JEL classification: *J24, M21, O15*

Постановка проблеми. В Україні в умовах війни та нестабільного соціально-економічного середовища, нагальним є питання не стільки збільшення прибутковості вітчизняних підприємств, а створення умов для їх подальшого функціонування. Сучасний розвиток суспільства створює нові форми економічної взаємодії, які відрізняються від матеріального виробництва, яке було основою індустріального суспільства, для яких характерним є віртуальний характер, використання штучного інтелекту та збільшення можливостей щодо автоматизації виробничих процесів, а на перший план виходить створення інтелектуального продукту та креативність. Креативність наразі визначається як засіб підвищення конкурентоспроможності не тільки підприємства, але

© Діденко А.В., Кравець О.В., Волик Н.Г., 2024

й країни, забезпечення стратегій стійкого економічного зростання, заснованих на людському потенціалі та здатності до нестандартних, інноваційних рішень. За оцінками [1] економіка, що заснована на креативності, має швидші темпи зростання у порівнянні до сфери послуг та галузей промислового виробництва, а за прогнозами протягом наступних років сектори креативної економіки будуть дорівнювати приблизно 10% світового ВВП. Оскільки за оцінками експертів [1] у розвинених країнах до 40% ВВП створюється саме креативними працівниками, то, створюючи умови для виникнення інновацій у внутрішньому середовищі підприємства, особи, що приймають управлінські рішення, збільшують його продуктивність та ефективність діяльності. Розуміючи важливість формування креативних команд на підприємстві перед керівниками постає проблема визначення сутності креативності, чинників її забезпечення, та побудови стратегії формування креативного потенціалу організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню механізмів формування інноваційності та управління креативним потенціалом підприємства присвячено праці як вітчизняних, так і закордонних вчених Y. Chang, M. Chen, [16], R. Florida, C. Mellander, K. King [17], Ю. Гринчук, Н. Коваль [2], У. Моторнюк, Ю. Огерчук [10], Ю. Юхновська [15], Т. Харчук [13] та багатьох інших. Зокрема у публікації Yu-Chu Yeh [20] пропонується екологічна системна модель розвитку креативності, Г. Омельчак у своїй статті [12] зазначає, що інтелектуально-креативний потенціал є невіддільною складовою інноваційного потенціалу підприємства, автори дослідження [5] обґрунтували, що інноваційний розвиток підприємств неможливий без творчого та креативного підходу, який формує креативний потенціал підприємства, що разом із креативним менеджментом створює конкурентні переваги підприємства на ринку. Проте, попри велику кількість досліджень щодо сутності креативності, досі відсутнє формалізоване розуміння факторів, що впливають на креативність та призводять до позитивного підприємницького ефекту. Також варто зазначити, що хоча внесок креативності до світової економіки є широко визнаним, водночас в Україні на державному рівні приділяється недостатньо уваги цьому питанню, хоча був задекларований курс на модернізацію економіки та створення центрів креативної економіки.

Мета статті полягає у встановленні сутності креативного потенціалу підприємства, факторів його формування та дослідженні підходів управління розвитком креативного потенціалу.

Виклад основних результатів дослідження. Сучасні реалії негативно впливають на ефективність діяльності підприємств в Україні. Рівень власних фінансових ресурсів підприємств України є недостатнім для їх розвитку: за інформацією [4] у 2022 році 34,2% підприємств в Україні одержали збиток. За січень-вересень 2023 року найбільш збитковими були підприємства таких видів економічної діяльності як сільське, лісове та рибне господарство (50%); тимчасове розміщування й організація харчування (50%); транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність (41,7%); мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (38,9%); а найбільш прибутковими є підприємства таких сфер: інформація та телекомунікації (81,6%); оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (84,4%); фінансова та страхова діяльність (85%); надання інших видів послуг (85,7%) [4]. Однією з причин такої ситуації є неналежна державна політика протягом останнього десятиліття, що стало причиною значної деіндустріалізації та втрати конкурентних позицій у багатьох високотехнологічних секторах економіки країни [14]. Тому для підтримки та посилення конкурентної переваги вітчизняних підприємств необхідно сформувати середовище, яке забезпечить можливості для їх відновлення та розвитку, оскільки наразі все більший позитивний ефект щодо розвитку бізнесу та діяльності підприємств «забезпечують знання, досвід і креативність персоналу» [1]. Такі тенденції підтверджують і у дослідженні [3], де зазначають, що в умовах зростаючої конкуренції на світовому ринку, конкурентоспроможними є економіки країн, де пріоритетом розвитку є «інтелект, творчість, технології та інновації». Ці складники мають значний потенціал до створення нових робочих місць та отримання прибутку. Розуміючи важливість цієї тенденції в Україні Державною стратегією регіонального розвитку на 2021–2027 роки, яка затверджена Кабінетом Міністрів України, було передбачено створення центрів креативної економіки в різних регіонах України. Підґрунтям для розвитку креативної економіки, окрім традиційних креативних індустрій, які є поєднанням мистецтва, бізнесу і технологій [11], відносять наукові дослідження, освіту, моду, туризм, послуги, інжиніринг та виробництво креативної продукції [3].

Однією з пріоритетних задач керівництва країни в контексті війни та значної міграції населення є збереження та відновлення людського капіталу, формування стратегій щодо відбудови економіки країни з урахуванням принципів наступного етапу розвитку розумних виробництв Індустрії 5.0, де фокус уваги зосереджений на чинниках сталого розвитку, циркулярного виробництва та стратегічного урядування [14]. Проте як зазначають у звіті Українського кластерного альянсу наразі для економіки країни характерні такі риси як інфраструктурна слабкість із незбалансованими та слабкими промисловими екосистемами, недостатнє фінансування проєктів співпраці у сфері високих технологій, відсутність стратегічного підходу, неефективні комунікації, подекуди брак координації в проєктах та консолідації всіх стейкголдерів, що є причинами скорочення частки високотехнологічних секторів у ВВП та експорті країни [14]. Про необхідність вирішення низки проблем для формування та розвитку креативного середовища зазначають у роботі [6]. У табл. 1 представлено два головних фактори розвитку креативного середовища: економічні та інфраструктурні, а також проблеми та можливі напрямки для їх вирішення.

Перехід до Індустрії 5.0 передбачає розробку збалансованих та ефективних стратегій як на урядовому рівні, так і на рівні місцевих громад щодо відновлення потенціалу сфери освіти та науки, інженерних кадрів, а на рівні бізнесу цей перехід супроводжується впровадженням на підприємствах інноваційної культури, в якій працівники беруть активну участь, демонструють свій креативний потенціал і постійно навчаються [14]. При такому підході підприємство розглядається як сукупність двох складових: матеріальної інфраструктури, виробничих ресурсів і технологічних навичок

Таблиця 1

Фактори розвитку креативного середовища

Назва фактору	Проблеми	Можливості
Економічні фактори	Перевага у співвідношенні державних інвестицій надається традиційним секторам економіки, на противагу наукомістким та креативним галузям.	Здійснення пріоритетної підтримки креативного сектора через системні державні інвестиції в програми підтримки креативних проєктів і освіту в сфері креативних індустрії.
	Пріоритетна підтримка державою розвитку традиційних секторів економіки, слідування та дотримання перевірених способів господарювання та економічних традицій.	Формування державних та міських стратегій розвитку креативної території на принципах економічної диверсифікації, гнучкості, розумінні економічної та соціальної ефективності впровадження моделі креативності території.
Інфраструктурні фактори	Не розвинена матеріальна інфраструктура, необхідна для створення креативних індустрій: обмежена кількість фізичних майданчиків і платформ для мережевої взаємодії.	Створення фізичних майданчиків для розвитку креативних індустрій, де є можливість на пільгових умовах впроваджувати проєкти та працювати на повсякденній основі, призводить до зростання кількості нових креативних платформ і кластерів.
	Неефективне використання простору території громади через традиційні підходи до його планування та управління ним, що зменшує інвестицій в культурні, соціальні, творчі ініціативи.	Використання інноваційних підходів із залученням громади до процесів планування простору території з метою створення комфортних та інклюзивних умов для формування креативного середовища.

Джерело: [6, с. 50]

працівників, а друга – це люди, які здатні придумувати та розвивати креативні ідеї, оцінювати їх ефективність та реалізовувати, знаходити інноваційні підходи для розв'язання проблем.

За оцінками Всесвітнього економічного форуму креативне мислення має важливе значення для розвитку бізнесу та прийняття рішень у кризових ситуаціях [19]. Серед найбільш потрібних навичок серед роботодавців у 2023 році поряд з аналітичними здібностями відзначають і креативність, яка допомагає адаптуватися у періоди невизначеності та змін. До параметрів креативності відносять [1]: «здатність до виявлення і постановки проблеми; до генерування великої кількості ідей; гнучкість – здатність продукувати різноманітні ідеї; оригінальність – здатність відповідати на подразники нестандартно; здатність удосконалити об'єкт, доповнюючи деталі; здатність розв'язувати проблеми, тобто здатність до аналізу і синтезу».

Креативний потенціал підприємства є частиною його загального потенціалу. Формування креативного потенціалу на підприємстві повинно бути комплексною та систематичною діяльністю та включати заходи направлені на розвиток компетентності персоналу щодо їх навичок та вмінь, на мотивацію персоналу та на створення необхідного середовища (рис. 1). Розвиток компетентності персоналу передбачає систематичне навчання та перепідготовку працівників, підвищення їх кваліфікації. Мотивація персоналу складається з морального та матеріального стимулювання у вигляді премій, відзнак, грошової винагороди, надання пільг та соціальних гарантій тощо. Створення необхідного середовища для реалізації креативного потенціалу працівників включатиме формування сприятливого клімату у колективі через визнання результатів роботи, підтримку та заохочення творчої діяльності, реорганізацію операційних процедур, механізмів взаємодії із внутрішніми та зовнішніми стейкголдерами тощо.

Для формування креативної ідеї потрібно створення певних умов для прояву відкритості та нестандартного мислення, тому для досягнення керівництвом певних цілей та стимулювання креативного потенціалу у працівників використовують низку методів та інструментів, зокрема [8]: метод «мозкового штурму», метод інверсії, SAP Innovation Managemen (Система управління ідеями та інноваціями), метод емпатії, інкубатори інновацій, метод SCAMPER, метод Уолта Діснея, метод рольової гри, метод «6 капелюхів» Е. Боно, системи стимулювання ініціативності.

Оцінка креативного потенціалу підприємства є достатньо складною задачею, адже він формується за рахунок як кількісних, так і якісних параметрів, що мають нечітку структуру. Проте результативність заходів системи управління креативним потенціалом підприємства можна розглядати як реалізовану й нереалізовану можливість здійснення креативного проєкту та впровадження інновації для підвищення конкурентоспроможності підприємства [12]. Для цього необхідно сформувати систему моніторингу, яка б відстежувала зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі організації та здійснювала оцінку чинників впливу на розвиток потенціалу підприємства. Проявом реалізації креативного потенціалу є креативний продукт, проєкт, для якого характерні наступні ознаки креативності [6, с. 52]: «рівень новизни; оригінальність; практична цінність та економічність; нестандартність у способах поєднання елементів, що використовувались раніше; цінність для суспільства; емоційна вираженість або виділення; сучасність та рівень використання технологій».

У роботі [7] запропонований інший підхід щодо оцінювання креативного потенціалу: через відношення потенціалу розвитку креативності персоналу підприємства до обсягів максимальних значень компонентів інтелектуально-креативних ресурсів персоналу. Ці ресурси представлено на рис. 2.

У підході [18] розглядають формування та розвиток креативного потенціалу з точки зору підходу П'яти «Р»:

– «Person» – «Працівник» – підтримка та розвиток креативної особистості – це може бути як окремий співробітник, так і команда. Більшість організацій

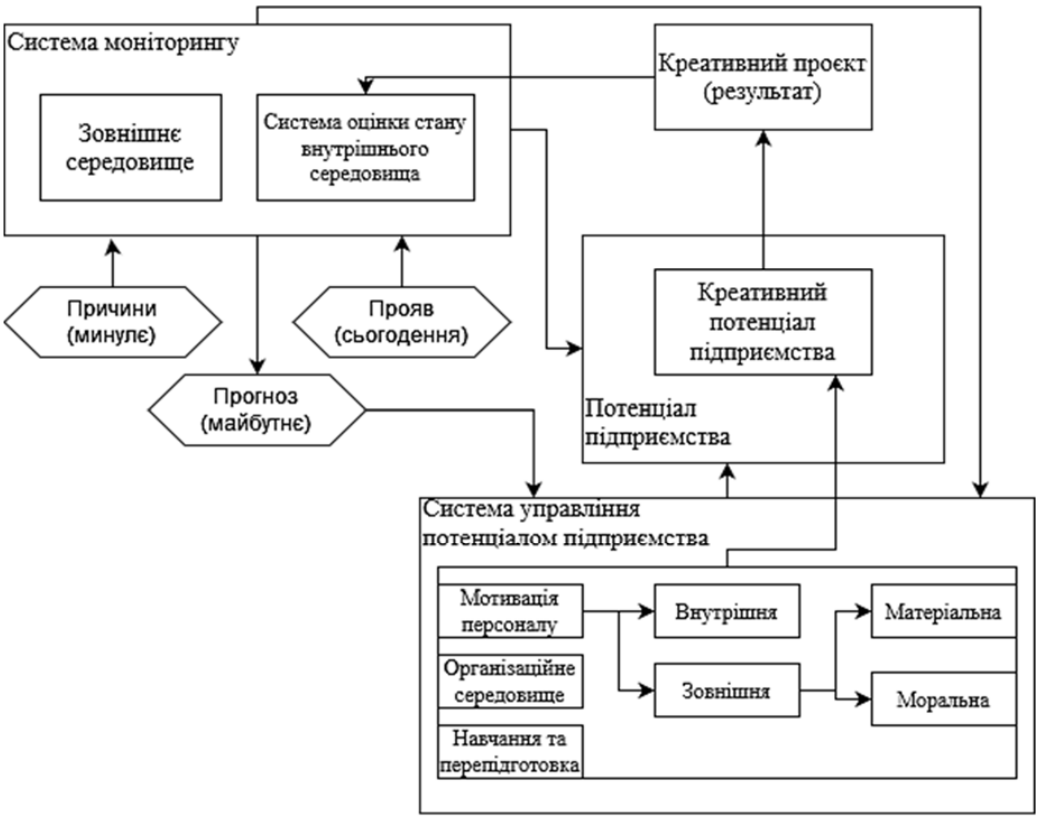

Рис. 1. Схема системи управління розвитком потенціалу підприємства

Джерело: побудовано на основі [5]

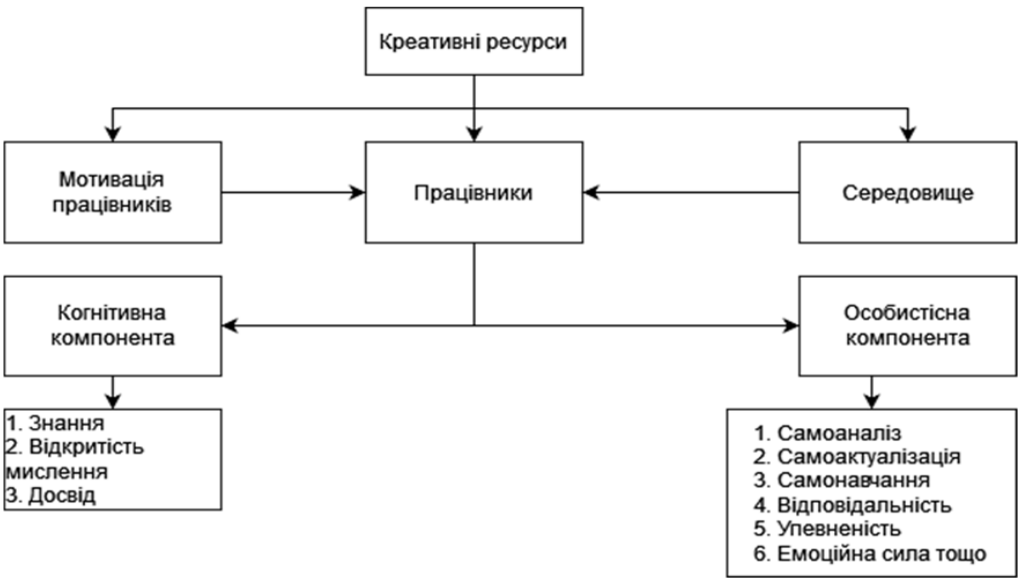

Рис. 2. Креативні ресурси підприємства

Джерело: побудовано на основі [7]

акцентують саме на інвестиціях у навички та знання працівників, розширюють їх досвід або наймають людей з вже відповідними навичками та залучають їх до роботи;

– «Process» – «Процес» – це шлях розвитку креативної команди, кроки та дії, які вони виконують у процесі роботи;

– «Place» – «Місце» – це середовище в якому працюють співробітники: доступність матеріальних ресурсів, надання соціальних гарантій, організаційна політика та корпоративна культура підприємства;

– «Product» – «Продукт» – результат роботи, тобто новий об'єкт, ідея, послуга, процес, які організація сподівається комерціалізувати;

– «Persuasion» – «Переконання» – здатність команди переконати інші команди, менеджерів, керівників та інших стейкголдерів у корисності їхнього креативного проєкту та організувати координацію між ними для його реалізації.

Перші три елементи «Персонал», «Процес» та «Місце» формують креативний потенціал та впливають на те, наскільки креативним може бути новий продукт, ідея чи процес. Останні два – «Продукт» та «Переконання» – це творча дія, яка включає креативний результат, що складається з новизни та корисності продукту, ідеї чи процесу, та яка підкріплена ефективністю переконання інших у цінності цього продукту, ідеї чи процесу [18]. Такий підхід дозволяє керівництву реалізовувати більш ефективні стратегії розвитку підприємства, які базуються на інвестуванні в елементи креативного потенціалу для збільшення співвідношення успішно реалізованих проєктів до збиткових, оскільки керівництво вкладає кошти не тільки у розвиток персоналу, організаційного середовища та процесів на підприємстві, але приділяє увагу усуненню креативних бар'єрів та інтегрує креативність в механізми управління.

Україна належить до країн з високим рівнем людського розвитку, співробітники підприємств країни мають високі професійно-технічні навички, але наразі проблемою залишається їх здатність перетворити наявний креативний потенціал у видимі економічні результати та забезпечити конкурентоспроможність підприємств на ринку. Заходи керівництва щодо розвитку креативного потенціалу повинні мати стратегічний характер, бути узгодженими з іншими цілями підприємства та включати такі складові [9]:

1. Впровадження в чинну систему моніторингу стану підприємства факторів, які визначають цінність, яка створена за рахунок креативності, та витрати підприємства на розвиток креативності, виявлення прихованих можливостей.

2. Для підтримки процесу управління формування бази знань, яка поповнюється ситуаційними кейсами з досвіду команд щодо управління креативністю.

3. Впровадження системи безперервного навчання персоналу з використанням різних форм та методів навчання.

4. Формування системи мотивації персоналу, яка включає заходи з морального та матеріального стимулювання.

5. Запровадження корпоративної культури, яка формує цінність креативності, підвищує рівень залученості та позитивне ставлення персоналу до креативного процесу.

Висновки. Управління креативним потенціалом стає невіддільною складовою загальної системи менеджменту підприємства. В умовах зростаючої конкуренції на ринку, збільшенні потоку інформації та ускладненні зв'язків зі зовнішнім середовищем креативне мислення стає важливою навичкою у кризових ситуаціях, що вимагають прийняття гнучких рішень, швидкості та здатності адаптуватися до змін. Впровадження системи постійного розвитку креативного потенціалу є основою формування стійких конкурентних переваг та забезпечення стратегії стійкого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Аналітично-інформаційна довідка за результатами воркшопу для бізнесу на тему: «Інновації та креативність у бізнесі». Івано-Франківськ, 2023. URL : https://business.ivano-frankivsk.ua/ (дата звернення: 13.03.2024).

2. Гринчук Ю.С., Коваль Н.В. Креативний потенціал України: аналіз, напрями розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 6–15. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.7.6

3. ГС «Центр розвитку креативної економіки». URL: https://creativeeconomy.center/#about-us (дата звернення: 14.03.2024).

4. Державна служба статистики. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 15.03.2024).

5. Комеліна О., Корсунська М. Сучасні технології та механізми управління розвитком креативного потенціалу підприємств у конкурентних умовах. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2023. № 1. С. 126–140

6. Гобир І.Б., Паневник Т.М., Побігун С.А., Войтків Л.С., Мельничук І.В., Обельницька Х.В., Кравченко В.Ю. Креативна економіка, діджиталізація бізнесу і сталий розвиток : методичні вказівки до теоретико-практичного курсу. Івано-Франківськ, 2023. 69 с.

7. Крикуненко Д.О. Інноваційний розвиток підприємства на засадах управління креативністю персоналу: ареф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04. Донецьк. 2014. 25 с.

8. Крицька А.М. Методи активації професійної креативності. *Актуальні проблеми психології. Психологія обдарованості*. 2019. С. 137–143

9. Лактіонова О.А., Гуменюк Р.П. Інвестиційні проєкти розвитку управлінського потенціалу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 21-22. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/21-22_2020/3.pdf (дата звернення: 14.03.2024).

10. Моторнюк У., Огерчук Ю. Управління креативним потенціалом персоналу в системі менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-58

11. Ніколаєва О., Оноприєнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. 2021. 111 с.

12. Омельчак Г.В. Концептуальні основи розвитку інноваційного потенціалу підприємств. *Держава та регіони*. 2014. № 2. С. 113–118.

13. Харчук Т., Пурденко О., Мельник В., Школенко О., Космідайло І. Conceptual approach to formation of innovative entrepreneurships creative potential. *Financial and credit activity problems of theory and practice.* 2023. № 1(48). С. 362–377.

14. Юрчак О., Рижкова Ю. Аналіз української екосистеми Індустрії 4.0. Київ : Український кластерний альянс, 2023–2024. 66 с.

15. Юхновська, Ю.О. Роль організаційних комунікацій в управлінні підприємствами України. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи* : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2022. С. 123.

16. Chang Y.Y., Chen M.H. Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword?. *European Management Journal*. 2020. № 38(5). P. 750–762.

17. Florida R., Mellander C. and King K. The Global Creativity Index 2015. Martin Prosperity Institute. 68 p. URL: https://www-2.rotman.utoronto.ca/mpi/wp-content/uploads/2015/07/Global-Creativity-Index-2015.pdf (дата звернення: 13.03.2024).

18. Investing in creative potential. Deloitte'. 2022. URL: https://www.deloitte.com/nz/en/our-thinking/insights/topics/innovation/factors-for-creativity-in-business.html (дата звернення: 14.03.2024).

19. The Future of Jobs Report 2023. World Economic Forum. URL https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/digest/ (дата звернення: 13.03.2024).

20. Yu-Chu Yeh. The Interactive Influences of Three Ecological Systems on R&D Employees' Technological Creativity. *Creativity Research Journal*. 2004. Vol. 16. Issue 1. P. 11–25. DOI: https://doi.org/10.1207/s15326934crj1601_2

References:

1. *Analitychno-informatsiyna dovidka za rezultatamy vorkshopu dlya biznesu na temu: «Innovatsiyi ta kreatyvnist u biznesi»* (2023) [Analytical and informative reference based on the results of the workshop for business on the topic: "Innovation and creativity in business"] Ivano-Frankivsk. Available at: https://business.ivano-frankivsk.ua/assets/ (accessed March 13, 2024).

2. Grynchuk Yu. S., Koval` N. V. (2020) Kreatyvnyj potencial Ukrayiny: analiz, napryamy rozvytku [Creative potential of Ukraine: analysis, development directions]. *Ekonomika ta derzhava,* vol. 7, pp. 6–15. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.7.6

3. NGO «Center for Creative Economy Development». Available at: https://creativeeconomy.center/#about-us (accessed March 14, 2024).

4. The State Statistics Service. Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/ (accessed March 15, 2024).

5. Komelina O., Korsunska M. (2023) Suchasni tekhnolohiyi ta mekhanizmy upravlinnya rozvytkom kreatyvnoho potentsialu pidpryyemstv u konkurentnykh umovakh [Modern technologies and mechanisms for managing the development of creative potential of enterprises in competitive conditions]. *Economy, finances, management: Topical issues of science and practice*, vol. 1, pp. 126–140

6. Hobyr I. B., Panevnyk T. M., Pobihun S. A., Voytkiv L. S., Melnychuk I. V., Obelnytska Kh. V., Kravchenko V. Yu. (2023) *Kreatyvna ekonomika, didzhytalizatsiya biznesu i stalyy rozvytok : metodychni vkazivky do teoretyko-praktychnoho kursu* [Creative economy, digitalization of business and sustainable development: methodological guidelines for the theoretical and practical course]. Ivano-Frankivsk. (in Ukrainian)

7. Krykunenko D. O. (2014) *Innovatsiynyy rozvytok pidpryyemstva na zasadakh upravlinnya kreatyvnistyu personalu* [Innovative development of the enterprise on the basis of personnel creativity management] (PhD Thesis), Donetsk.

8. Krytska A. M. (2019) Metody aktyvatsiyi profesiynoyi kreatyvnosti [Professional creativity activation methods]. *Actual Problems of Psychology*, pp. 137–143.

9. Laktionova O. A., Humenyuk R. P. (2020) Investytsiyni proyekty rozvytku upravlinskoho potentsialu [Investment projects of management potential development]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 21-22. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/21-22_2020/3.pdf (accessed March 14, 2024).

10. Motornyuk U., Oherchuk Yu. (2022) Upravlinnya kreatyvnym potentsialom personalu v systemi menedzhmentu pidpryyemstva [Personnel's creative potential management in the enterprise management system]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 45. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-58

11. Nikolayeva O., Onopriyenko A., Taran S., Sholomytskyy Yu., Yavorskyy P. (2021) *Kreatyvni industriyi: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrayiny* [Creative industries: influence on the development of the economy of Ukraine]. (in Ukrainian)

12. Omelchack H. V. (2014) Kontseptualni osnovy rozvytku innovatsiynoho potentsialu pidpryyemstv [Conceptual foundations of innovative potential of enterprises] *State and regions*, vol. 2, pp. 113–118.

13. Kharchuk T., Purdenko O., Melnyk V., Shkolenko O., Kosmidaylo I. (2023) Conceptual approach to formation of innovative entrepreneurships creative potential. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, vol. 1(48), pp. 362–377.

14. Yurchak O., Ryzhkova Yu. (2023-2024) *Analiz ukrayinskoyi ekosystemy Industriyi 4.0* [Analysis of the Ukrainian ecosystem of Industry 4.0]. Kyiv: Ukrayinskyy klasternyy alyans. (in Ukrainian)

15. Yukhnovska Yu. O. (December 8, 2022) Rol orhanizatsiynykh komunikatsiy v upravlinni pidpryyemstvamy Ukrayiny [The role of organizational communications in the management of enterprises of Ukraine]. Proceedings of the *Biznes, innovatsiyi, menedzhment: problemy ta perspektyvy.* Kyiv, p. 123.

16. Chang Y. Y., Chen, M. H. (2020) Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword?. *European Management Journal*, vol. 38(5), pp. 750–762.

17. Florida R., Mellander C. and King K. The Global Creativity Index 2015. Martin Prosperity Institute. Available at: https://www-2.rotman.utoronto.ca/mpi/wp-content/uploads/2015/07/Global-Creativity-Index-2015.pdf (accessed March 13, 2024).

18. Investing in creative potential. 2022 Deloitte'. Available at: https://www.deloitte.com/nz/en/our-thinking/insights/topics/innovation/factors-for-creativity-in-business.html (accessed March 14, 2024).

19. The Future of Jobs Report 2023. World Economic Forum. Available at: https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/digest/ (accessed March 13, 2024).

20. Yu-Chu Yeh (2004) The Interactive Influences of Three Ecological Systems on R&D Employees' Technological Creativity. *Creativity Research Journal*, vol. 16, issue 1, pp. 11–25. DOI: https://doi.org/10.1207/s15326934crj1601_2