

УДК 005.52:005.336.4

DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.80-22>

Запорожець М.О.

аспірант

Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права»

Прохорчук О.М.

аспірант

Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права»

Волинець Т.Г.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту

Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права»

Zaporozhets Mstyslav

Postgraduate Student

International University of Business and Law

Prokhorchuk Oleksii

Postgraduate Student

International University of Business and Law

Volynets Tetyana

PhD in Economics, Associate Professor of Management

International University of Business and Law

ОЦІНКА КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

ASSESSMENT OF THE CREATIVE POTENTIAL OF AN ENTERPRISE AS A FACTOR IN OPTIMIZING BUSINESS PROCESSES

Статтю присвячено креативному потенціалу підприємства, що може виступати як фактор оптимізації бізнес-процесів. На основі наукових висновків дослідників, визначено сутність та зміст креативного потенціалу підприємства, його значення в стратегічному розвитку організації, впровадженні інновацій та прогресивних змін, що націлені на підвищення конкурентних позицій. Особливу увагу приділено методиці оцінки креативного потенціалу та результатами цієї оцінки, на які орієнтується менеджмент підприємства. Описані етапи здійснення оцінки креативного потенціалу. Доведено, що оцінки креативного потенціалу визначає критерії здатності організації до генерування нових ідей, прийняття інноваційних рішень і впровадження змін, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності, адаптивності та сталого розвитку. Розглянуто структурні елементи, які формують креативний потенціал підприємства. До них автор відносить: організаційну культуру, кадровий потенціал, внутрішню інфраструктуру та ресурси, управлінські процеси, інноваційну активність. Досліджено підходи до оцінки та управління розвитком креативного потенціалу. Наведено систему управління розвитком креативного потенціалу підприємства та склад креативних ресурсів підприємства. Підкреслено, що для повноцінної та ефективної оцінки креативного потенціалу підприємства краще комбінувати експертні методи, тестування персоналу, аналіз внутрішніх процесів і KPI. Це дозволить отримати як якісні, так і кількісні результати.

Ключові слова: креативний потенціал, інноваційні рішення, стратегічний розвиток, генерування нових ідей, впровадження змін.

The article is devoted to the creative potential of an enterprise, which can act as a factor in optimizing business processes. Based on the scientific conclusions of the researchers, the essence and content of the creative potential of the enterprise, its significance in the strategic development of the organization, the implementation of innovations and progressive changes aimed at increasing competitive positions are determined. Special attention is paid to the methodology for assessing creative potential and the results of this assessment, which the enterprise management is guided by. The stages of assessing creative potential are described. It is proved that the assessment of creative potential determines the criteria for the organization's ability to generate new ideas, make innovative decisions and implement changes that contribute to increasing competitiveness, adaptability and sustainable development. The methodology for assessing the creative potential of the enterprise is developed to increase the creative potential of employees and the successful functioning of the organization as a whole. The most successful methods are described, which can be used separately or in combination to assess the creative potential of the enterprise.

The correct choice of method allows you to form a well-founded strategy for stimulating innovations and increasing the competitiveness of the enterprise. The structural elements that form the creative potential of the enterprise are considered. The author includes these: organizational culture, personnel potential, internal infrastructure and resources, management processes, innovative activity. Management measures for the development of creative potential are described. Approaches to the assessment and management of the development of creative potential are studied. The management system for the development of the enterprise's creative potential and the composition of the enterprise's creative resources are presented. It is emphasized that for a full and effective assessment of the enterprise's creative potential it is better to combine expert methods, personnel testing, analysis of internal processes and KPI. This will allow obtaining both qualitative and quantitative results.

Keywords: creative potential, innovative solutions, strategic development, generating new ideas, implementing changes.

Постановка проблеми. В умовах швидких змін ринку, цифрової трансформації та глобальної конкуренції саме креативність стає одним із ключових факторів виживання й успішного розвитку бізнесу. Підприємства, які здатні генерувати нестандартні ідеї, оперативно впроваджувати інновації та адаптуватися до нових викликів, отримують суттєві конкурентні переваги.

У сучасній економіці зростає роль інновацій, які часто базуються саме на креативному мисленні працівників і менеджменту. Без системної оцінки цього потенціалу важко ефективно управляти інноваційними процесами.

Переважання інтелектуального капіталу над фізичними ресурсами робить креативність стратегічним активом підприємства.

Бізнес повинен адаптуватися до високої динаміки змін, зростання ролі цифрових технологій та зміни споживчих уподобань – що потребує нових підходів до оцінки і розвитку внутрішнього потенціалу.

Розкриття та оцінка креативного потенціалу підприємства є надзвичайно актуальним завданням для сучасної економіки, оскільки саме креативність лежить в основі здатності до змін, розвитку та інновацій. Це визначає необхідність проведення глибоких наукових досліджень у цій сфері та розробки практичних інструментів для підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування та розвитку креативного потенціалу підприємства приділяють увагу зарубіжні фахівці. Yu-Chu Yeh [7] в своїй праці розкриває особливості формування креативного потенціалу в сучасних конкурентних умовах. Останніми роками все більше з'являється праць вітчизняних науковців, що досліджують роль креативного потенціалу в стратегічному розвитку підприємства. До таких науковців відносяться: Гончарук І.В., Сахно А.А., Чіков І.А. [1], Діденко А.В., Кравець О.В., Волик Н.Г. [2], Комеліна О., Корсунська М. [3], Лук'яненко Д.Г. [4], Рудь Н. [5], Шапошников К.С. [6] та ін.

У науковій літературі поки що не існує універсального підходу до оцінки креативного потенціалу підприємств, особливо у контексті українських реалій. Це відкриває простір для досліджень та пропозицій нових інструментів.

Формулювання завдання дослідження. Метою статі є вивчення методів оцінки креативного потенціалу підприємства, які забезпечують виявлення, аналіз та вимірювання здатності організації до генерування нових ідей, прийняття інноваційних рішень і впровадження змін, що сприяють оптимізації бізнес-процесів,

підвищенню її конкурентоспроможності, адаптивності та сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Креативний потенціал підприємства – це сукупність можливостей із генерування креативних ідей, а також розроблення нетрадиційних методів вирішення виробничо-господарських проблем. Цей потенціал формується не стихійно, а внаслідок цілеспрямованого впливу керівників організації на носіїв креативного потенціалу [3, с. 127].

Креативний потенціал – основа для формування довгострокових стратегій, орієнтованих на сталість, інклюзивність і технологічний прорив.

Аналіз та оцінка креативного потенціалу – це сучасний функціональний напрямок менеджменту організації, який полягає у виявленні, аналізі та вимірюванні здатності організації до генерування нових ідей, прийняття інноваційних рішень і впровадження змін, що сприяють підвищенню її конкурентоспроможності, адаптивності та сталого розвитку [4].

Виходячи з висновків наукових досліджень [2; 3; 6], методику оцінки креативного потенціалу підприємства виокремлюється зі стратегічного аналізу підприємства. Таким чином, оцінка креативного потенціалу підприємства – це процес виявлення та аналізу здатності організації генерувати, розвивати й упроваджувати інноваційні ідеї для досягнення стратегічних цілей. Вона дозволяє зрозуміти, наскільки підприємство готове до змін, інновацій і створення конкурентних переваг.

Конкретизуючи безпосередньо мету методики оцінки креативного потенціалу підприємства, то вона включає наступні етапи:

1. Визначення рівня креативного потенціалу – наскільки підприємство здатне продукувати та реалізовувати нові ідеї в продуктах, процесах, послугах чи управлінських підходах.

2. Виявлення сильних і слабких сторін – ідентифікація елементів, які сприяють або перешкоджають розвитку креативності на всіх рівнях (персонал, культура, ресурси, процеси тощо).

3. Оцінка готовності до інновацій – наскільки підприємство спроможне оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища за рахунок власного творчого ресурсу [5, с. 72].

4. Формування стратегічних рішень – на основі оцінки ухвалюються управлінські рішення щодо розвитку кадрового потенціалу, корпоративної культури, інноваційної інфраструктури.

5. Моніторинг динаміки розвитку – регулярна оцінка дозволяє відстежувати зміни в рівні креативного потенціалу й ефективно коригувати стратегії розвитку.

За результатами оцінки забезпечують менеджменту підприємства:

1) визначення сильних і слабких сторін у сфері інновацій;

2) рекомендації щодо покращення умов для розвитку креативності;

3) створення дорожньої карти розвитку креативного потенціалу.

При оцінці креативного потенціалу підприємства варто, в першу чергу, оцінити наступні елементи, які в сукупності і формують креативний потенціал.

1. Організаційна культура:

Чи заохочується ініціатива працівників?

Яке ставлення до помилок і експериментів?

Рівень відкритості до нових ідей.

2. Кадровий потенціал:

Рівень кваліфікації, креативності та залученості персоналу.

Наявність інноваційних команд, R&D-відділів.

Система мотивації до творчої праці.

3. Інфраструктура та ресурси:

Доступ до сучасних технологій, інструментів для творчої роботи.

Наявність бюджетів на інновації, навчання, експерименти.

Просторове середовище (відкриті офіси, креативні зони тощо).

4. Управлінські процеси:

Чи є системи управління інноваціями?

Як приймаються рішення щодо нових проєктів?

Гнучкість управлінських структур.

5. Інноваційна активність:

Кількість впроваджених інновацій за останні роки.

Співпраця з зовнішніми партнерами (стартапи, наукові установи).

Кількість патентів, нових продуктів, послуг.

Управлінські заходи щодо розвитку креативного потенціалу повинні мати стратегічний характер, узгоджуватися з іншими цілями підприємства та включати такі компоненти [2, с. 246]:

1. Впровадження у діючу систему моніторингу стану підприємства чинників, що визначають цінність, створювану з допомогою творчості, і підприємства на розвиток творчості, виявлення прихованих можливостей.

2. Для підтримки процесу управління формування бази знань, яка доповнюється ситуативними кейсами на основі досвіду колективів з управління креативністю та інноваційністю.

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

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

5. Впровадження корпоративної культури, що формує цінність творчості, підвищує рівень залученості та позитивного ставлення персоналу до креативно-ініціаторського процесу.

Таким чином, для керівництва підприємства оцінка креативного потенціалу підприємства є важливим етапом в стратегічному менеджменті для виявлення здатності колективу до інновацій, нестандартного мислення і генерації нових ідей. Існує кілька методів, які можна використовувати окремо або в комбінації (табл. 1).

Від вибору методу оцінки креативного потенціалу залежить не лише глибина та точність отриманої

Таблиця 1

Методи оцінки креативного потенціалу підприємства

Методи оцінки	Основні критерії, що підлягають аналізу та оцінці
Експертні методи	Метод Делфі – опитування групи експертів у кілька етапів для досягнення узгодженої думки. SWOT-аналіз креативного потенціалу – визначення сильних/слабких сторін, можливостей і загроз у сфері креативності. Метод анкетування і інтерв'ю – збір думок працівників щодо креативного середовища і бар'єрів для творчості
Психометричні методи (оціночні тести)	Вимірювання окремих аспектів креативності працівників: – гнучкість мислення; – оригінальність ідей; – швидкість генерації рішень (флюентність). До прикладу: тест Торренса на креативність
Коефіцієнт креативності	Комплексний показник, що оцінює: – рівень інновацій; – кількість запропонованих і реалізованих ідей; – частоту генерації нових рішень; – рівень участі персоналу в творчих ініціативах
Аналіз внутрішніх інноваційних процесів	– кількості патентів, авторських розробок; – ефективності команд з інновацій; – наявності внутрішніх інкубаторів/лабораторій ідей
Методика 5P (згідно з Henry Mintzberg або адаптовані бізнес-школи)	– People – кадри, рівень підготовки, мотивація; – Processes – процеси стимулювання креативності; – Products – інноваційність продукції; – Purpose – стратегічна орієнтація на інновації; – Place – середовище (корпоративна культура, фізичний простір)
КРІ, пов'язані з креативністю	– кількість нових ідей/ініціатив за період; – частка реалізованих ідей; – економічний ефект від нововведень

Джерело: сформовано за результатами дослідження

інформації, а й орієнтири для подальшого розвитку підприємства: методи кількісного аналізу надають чіткі показники ефективності, у той час як якісні підходи розкривають приховані резерви креативності, культуру інновацій та бар'єри розвитку [1, с. 128]. Таким чином, правильний вибір методу дозволяє сформувати обґрунтовану стратегію стимулювання інновацій і підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Для забезпечення результативного використання виявленого креативного потенціалу та отримання максимальних стратегічних вигод, управлінням необхідно впроваджувати дієвий системний підхід стратегічного менеджменту, який передбачає як обов'язковий етап – оцінку креативного потенціалу.

Висновки. Оцінка креативного потенціалу підприємства як фактору оптимізації бізнес-процесів стає невід'ємною частиною загальної системи стратегічного менеджменту. В умовах зростання конкуренції на ринку, збільшення потоку інформації та ускладнення взаємо-

відносин із зовнішнім середовищем виявленні, аналіз та вимірюванні здатності організації до генерування нових ідей, прийняття інноваційних рішень і впровадження змін стає важливим етапом діяльності підприємства в кризових ситуаціях, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності, адаптивності та сталого розвитку.

Методика оцінки креативного потенціалу підприємства розробляється задля підвищення креативного потенціалу працівників та успішного функціонування організації в цілому.

Вибір керівництвом методу оцінки креативного потенціалу підприємства безпосередньо впливає на характер отриманих результатів і, відповідно, на управлінські рішення, які будуть ухвалені.

Для повноцінної оцінки креативного потенціалу підприємства найефективніше комбінувати експертні методи, тестування персоналу, аналіз внутрішніх процесів і KPI. Це дозволить отримати як якісні, так і кількісні результати.

Список використаних джерел:

1. Гончарук І.В., Сахно А.А., Чіков І.А. Сучасні технології та механізми управління розвитком креативного потенціалу підприємств в конкурентних умовах. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2023. № 1. С. 126–140.
2. Діденко А.В., Кравець О.В., Волик Н.Г. Чинники формування та розвитку креативного потенціалу підприємства. *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 242–247.
3. 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.
4. Лук'яненко Д.Г. Креативний менеджмент. Наукові школи КНЕУ. 2014. URL: http://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/scientific_schools/sme/sme_dgvnesok/sme_creativniy_management/ (дата звернення: 04.05.2025).
5. Рудь Надія. Креативність в управлінні інноваційною діяльністю підприємства. *Економічний форум*. 2022. Вип. 2. С. 69–79. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-2-9>
6. Шапошников К.С. Телеологічні підходи до корпоративного управління: творчість та креативність. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/10.pdf (дата звернення: 02.05.2025).
7. 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. Honcharuk I. V., Sakhno A. A., Chikov I. A. (2023) Suchasni tekhnolohii ta mekhanizmy upravlinnia rozvytkom kreatyvnoho potentsialu pidpriemstv v konkurentnykh umovakh [Modern technologies and mechanisms for managing the development of the creative potential of enterprises in competitive conditions]. *Economics, finance, management: current issues of science and practice*, vol. 1, pp. 126–140.
2. Didenko A. V., Kravets O. V., Volyk N. H. (2024) Chynnyky formuvannia ta rozvytku kreatyvnoho potentsialu pidpriemstva. *Ekonomicnyi prostir* [Factors of formation and development of the creative potential of an enterprise]. *Economic space*, vol. 190, pp. 242–247.
3. Komelina O., Korsunskaya M. (2023) Suchasni tekhnolohii ta mekhanizmy upravlinnia rozvytkom kreatyvnoho potentsialu pidpriemstv 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.
4. Luk'yanenko D. H. (2014). *Kreatyvnyi menedzhment* [Creative Management]. Naukovi shkoly KNEU – KNEU Scientific Schools. Available at: http://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/scientific_schools/sme/sme_dgvnesok/sme_creativniy_management/ (accessed April 4, 2025). (in Ukrainian)
5. Rud Nadiia. (2022) Kreatyvnist v upravlinni innovatsiinoiu diialnistiu pidpriemstva [Creativity in managing the innovative activities of an enterprise]. *Economic Forum*, vol. 2, pp. 69–79.
6. Shaposhnikov K.S. Teleologichni pidkhody do korporatyvnoho upravlinnia: tvorchist ta kreatyvnist [Teleological approaches to corporate governance: creativity and imagination]. Available at: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/10.pdf (accessed April 2, 2025). (in Ukrainian)
7. 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