

просто стратегічним вибором – це важлива необхідність для конкурування та економічного зростання підприємства. Організації, які вміло орієнтуються та використовують рушійну силу змін, залишатимуться адаптивними, стійкими та готовими до стійкого успіху в сучасному бізнес-середовищі, що постійно розвивається.

### **Список використаних джерел:**

1. Порудеева Т.В., Кишковська Е.Л., Скрипник К.Н. Теоретичні основи управління змінами на підприємствах. *Економіка і суспільство*. 2018. № 19. С. 568-572.
2. Покотило Т.В. Управління організаційними змінами як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/160/154>.
3. Матусевич О.О., Чаркіна Т.Ю., Колінько К.Г. Сутність змін і управління змінами на підприємстві та їх необхідність на залізничному транспорті. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6742>.
4. Приб К.А. Формування системи управління змінами на підприємстві. *Інтелект XXI*. 2014. № 2. URL: [http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2014/2014\\_2/13.pdf](http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2014/2014_2/13.pdf).
5. Гринько Т.В., Козік В.А. Проблеми управління інноваційним розвитком промислових підприємств в Україні. *Економічний простір*. 2019. № 151. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/415/405>.

**Губанова А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ФАЗИ ТА ЕТАПИ КРЕАТИВНОГО ПРОЦЕСУ**

Креативна діяльність — це науково-практична діяльність, яка є частиною більшої наукової галузі управління знаннями, яка вважається першорядним фактором розвитку інноваційних технологій у постіндустріальній економіці [1; 5].

При створенні творчої ініціативи використовується системний і стратегічний підхід до вирішення цього питання. Системний підхід до визначення стратегії розвитку компанії вимагає, щоб корпоративна культура, стиль керівництва та цінності, а також здібності персоналу та усі ресурси компанії були гармонійно поєднані – саме таким чином можна досягти бажаного загального ефекту [1]. В наш час, коли розв'язання багатьох завдань потребують нестандартних рішень, саме креативний підхід до цього – є запорукою успішного результату. Тому розуміння того, як реалізується креативний процес суб'єктів підприємництва, дуже важливе.

Існує чотири фази креативного процесу [2]:

1. Рецесія (спад) – втрачається інтерес до праці, непродуктивна мотивація співробітників знижує рівень їх креативності. Ця фаза характеризується здатністю продукувати ідеї, які є несподіваними, але все ж мають взаємозв'язок з реальним попитом споживачів.

2. Депресія (дно) – організаційна занедбаність, страх критики нестандартних думок, переживання невдач призводить до розчарування умовами роботи та викликає у співробітників небажання мислити творчо та пропонувати незвичайні рішення. Цей етап характеризується загальним і формальним підходом до генерування ідей.

3. Пожвавлення – поява передбачуваного інтересу та бажання впроваджувати та досліджувати нові інноваційні ідеї. Ця фаза характеризується посиленою реакцією на виникаючі розбіжності між самооцінкою та результатами діяльності, це важливий каталізатор генерації творчих ідей.

4. Пік – передбачає простий і ефективний спосіб генерації оригінальних, унікальних, продуманих і деталізованих нестандартних ідей, підпорядкування творчості духовної мотивації та стійкого інтересу до конкретної справи.

В свою чергу, творчий процес, який є основою креативного процесу, ділиться на п'ять етапів [3]:

Підготовка: етап підготовки є першим етапом творчості, він включає збір інформації та даних, таких як ідеї та ресурси.

Інкубація: другий етап, інкубація – це коли творча концепція культивується в просторі без тиску чи стресу. Це час, протягом якого ви можете звільнити свій розум від будь-яких інших відволікаючих факторів, і на ваші думки нічого не впливає.

Прозріння: третій етап, конструктивний, передбачає поєднання зусиль перших двох етапів. Тут ви можете почати розробляти план дій і мати більш конкретне уявлення про кінцевий результат.

Огляд: етап оцінювання може відбуватися до або після проекту. Ви навіть можете вибрати оцінювання як під час, так і після етапу впровадження. Зрештою, на етапі оцінки визначається успішність етапів, а також ступінь розробленості творчої концепції – якщо необхідно, ідею вдосконалюють або повністю відмовляється від неї.

Реалізація: Етап реалізації – це коли всі ідеї, плани та кошториси з попередніх етапів об'єднуються, і проект завершено.

Отже, якщо запропонована концепція не є новітньою чи унікальною, вона на наш погляд, нічим не відрізняється від інших, подібних їй і не викликає зацікавленості у споживача. Адже, якщо багато організацій пропонують однакові послуги чи продукти при однакових або схожих умовах, ринок оцінюватиме їх за невисокою споживчою ціною. Інший підхід – впровадження нових оригінальних, креативних ідей, які будуть привабливими для покупців: так можна заробити набагато більше грошей. Вони пропонують відмовитися від консервативних поглядів і сприяють оновленому усвідомленню навколишнього світу. Такі ідеї покликані змінити старі принципи розвитку на користь нових, прогресивних [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Божидарнік Т.В. Василик Н.М. Креативний менеджмент. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. 498 с.
2. Зінкевич Д.К. Характеристика систем креативного менеджменту підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 727. С. 49-58.
3. Nagy S., Sikorska M., Pererva P. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф.*, 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21-22.
4. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2018. № 15 (1291). С. 53-63.
5. Гринько Т.В. Особливості управління інноваціями на промислових підприємствах України. *Управління розвитком*. 2016. № 4 (186). С. 6-13.

**Дзерка Є. І., Гордєєва-Герасимова Л. Ю.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Динамічність сучасного підприємницького середовища визначається швидкістю зміни вимог споживачів, технологій, ринків та конкурентів. Для підприємств це стає викликом, але й можливістю для розвитку. Інновації стають ключовим елементом успішного функціонування підприємств у такому середовищі, тому