

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СИСТЕМІ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

©2022 КНЯЗЕВИЧ А. О.

УДК 338.001.36
JEL: O30; O31; O32; O33; O35; O39

Князевич А. О. Інноваційне підприємництво в системі креативного менеджменту

Творчість стає все більшим джерелом конкурентоспроможності економік країн у глобальному контексті. Це спричинило необхідність розробки методичного інструментарію оцінки й аналізу креативності як системи інноваційного підприємництва в глобальному та локальному контекстах. У статті досліджено сутність інноваційного підприємництва як ключового елемента системи креативного менеджменту, що забезпечує її результативність та можливості комерціалізації. Визначено категорії «креативний менеджмент» як вид управлінської діяльності, що направлений на створення відповідного соціально-психологічного клімату в колективах та адаптивної інноваційної інфраструктури, які забезпечать ефективний процес розробки, генерування та впровадження інновацій. Здійснено класифікацію видів креативності: технологічна, економічна, мистецька та культурна. Детально розглянуто методи оцінки та міжнародні показники рейтингування креативної діяльності, такі як: глобальний індекс креативності; індекс креативної продуктивності; глобальний інноваційний індекс; індекс креативності міст; гонконгський креативний індекс. Проблеми розвитку креативної економіки висвітлюються в міжнародних рейтингах у різних аспектах і залежать від цілей та пріоритетів дослідників, а також факторів, що виокремлені для аналізу. Проте всі індекси мають однакову концепцію створення екосистеми для заохочення до більшої творчості. До факторів, що формують структуральні елементи креативної екосистеми, можна віднести: людські ресурси; інноваційну інфраструктуру; інституційне та правове середовище; творчі результати; соціальний капітал і ступінь толерантності. У комплексі ця потужна нематеріальна взаємодія факторів породжує явище креативності, що проявляється в соціальному й економічному ефектах, створює цінності для бізнес-середовища та є підґрунтям для інноваційного розвитку країн у довгостроковій перспективі. Напрямами подальших досліджень є аналіз і розробка на основі міжнародних рейтингів методів оцінки та стимулювання проявів креативності на макро- та мікрорівнях.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, генерування ідей, інновації, креативність, види креативності, креативний менеджмент, глобальний індекс креативності.

Рис.: 3. **Бібл.:** 15.

Князевич Анна Олександрівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. академіка Степана Дем'янука (вул. Академіка Степана Дем'янука, 4, Рівне, 33027, Україна)

E-mail: kniazevich.a@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5394-5599>

Researcher ID: <https://publons.com/wos-op/researcher/2052930/anna-kniazevych/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=36175930000>

UDC 338.001.36
JEL: O30; O31; O32; O33; O35; O39

Kniazevych A. O. Innovative Entrepreneurship in the Creative Management System

Creativity is becoming an increasing source of competitiveness for countries' economies in a global context. This has led to the need to develop a methodological instrumentarium for assessing and analyzing creativity as a system of innovative entrepreneurship in both global and local contexts. The article examines the essence of innovative entrepreneurship as a key element of the creative management system, which ensures its effectiveness and commercialization opportunities. The categories of «creative management» is defined as a type of management activity aimed at creating an appropriate socio-psychological climate in teams together with the adaptive innovation infrastructure that will ensure an efficient process of development, generation and implementation of innovations. A classification of types of creativity is carried out as follows: technological, economic, artistic, and cultural. The methods of evaluation along with international indicators for ranking creative activity are considered in detail: Global Creativity Index; Creative Productivity Index; Global Innovation Index; Index of Creativity of Cities; Hong Kong Creative Index. The development issues of the creative economy are highlighted in international rankings in various aspects and depend on the goals and priorities of researchers, as well as the factors identified for analysis. However, all indices share the same conception of creating an ecosystem to encourage more creativity. The factors that form the structural elements of the creative ecosystem can include the following: human resources; innovative infrastructure; institutional and legal environment; creative results; social capital and the degree of tolerance. In combination, this powerful intangible interaction of factors generates a phenomenon of creativity, which manifests itself in social and economic effects, creates values for the business environment and serves as the basis for innovative development of countries in the long term. The directions of further research are the analysis and development on the basis of international rankings of methods for assessing and stimulating the manifestations of creativity at the macro and micro levels.

Keywords: innovative entrepreneurship, idea generation, innovation, creativity, types of creativity, creative management, Global Creativity Index.

Fig.: 3. **Bibl.:** 15.

Kniazevych Anna O. – D. Sc. (Economics), Professor, Professor, Department of Management, International Economics and Humanities University Academician Stepan Demyanchuk's Name (4 Akademik Stepan Demianchuk Str., Rivne, 33027, Ukraine)

E-mail: kniazevich.a@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5394-5599>

Researcher ID: <https://publons.com/wos-op/researcher/2052930/anna-kniazevych/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=36175930000>

У більшості розвинених країн довгострокове економічне зростання підтримується саме за рахунок інновацій та творчості. Креативність, генерування інноваційних ідей, інноваційне підприємництво та інфраструктура стають базовими поняттями сучасного постіндустріального суспільства, а концепція інноваційного розвитку – дорожньою картою виходу світової економіки з кризи.

Великі зміни нашого часу, що розгортаються дедалі активніше, відбуваються завдяки посиленню ролі людської креативності як визначальної характеристики сучасного економічного життя. Люди як джерело креативності є критично важливим ресурсом нової ери [1, р. 152; 2, с. 30–37].

У новій моделі розвитку економіка і культура взаємопов'язані та включають у себе економічні, культурні, технологічні та соціальні аспекти. У центрі цієї нової моделі є визнання творчості, знань і доступу до інформації як потужних драйверів економічного зростання та каталізаторів глобалізаційних процесів. У такому контексті термін «творчість (креативність)» означає формулювання нових ідей і застосування цих ідей у виробленні оригінальних творів мистецтва, оригінального культурного продукту, інноваційної виробничої діяльності, наукових відкриттів і технологічних інновацій [3, с. 112–113].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем інноваційного шляху розвитку економіки, формування та функціонування інноваційного підприємництва в різних країнах світу присвячено значну кількість робіт зарубіжних та українських учених. Зазначені проблеми активно досліджувалися в роботах таких зарубіжних науковців, як Д. Сімонтон (*D. K. Simonton*) [1], Р. Флорида (*R. Floryda*) [2], А. Маслоу (*A. H. Maslow*) [4], В. Йоффі, М. Кусумано (*D. B. Yoffie, M. A. Cusumano*) [5] та багатьох інших. Різні аспекти цього питання знайшли своє відображення в роботах низки українських учених-економістів, таких як З. Варналій, В. Сизоненко [6], О. Гавриш, В. Пильнова, О. Пісковець [7], В. Зянько [8], Ю. Бажал, І. Бакушевич та ін. [9], І. Свидрук [10].

Основна увага в цих роботах приділялася методам управління й оцінці значення інноваційного підприємництва як головного інструменту для забезпечення високих темпів інноваційного розвитку економіки країн в епоху становлення постіндустріального суспільства. Недостатньо дослідженими, на наш погляд, є проблеми комерціалізації наукових досліджень і розробок у контексті впровадження ефективної системи креативного менеджменту.

Мета статті полягає в дослідженні теоретико-методологічних засад формування системи креативного менеджменту на основі реалізації концепції інноваційного підприємництва.

Креативність – це вміння створювати змістовно нові форми, що стало вирішальним чинником конкурентної переваги. Практично в будь-якій індустрії

в довгостроковій перспективі перемагають ті, хто може творити та породжує твори. Так було завжди, проте саме впродовж останніх десятиліть ми почали визнавати це й систематично цим користатися [1, р. 153; 2, с. 29].

Існують дві моделі підприємництва: класичне та інноваційне. Перша модель – *класичне підприємництво* – спрямоване на організацію діяльності з розрахунком на максимальну віддачу ресурсів, що є в розпорядженні підприємницької організації. Друга модель – *інноваційне підприємництво* – передбачає пошук нових шляхів розвитку підприємства, що повністю базується на інноваціях.

Система креативного менеджменту передбачає не тільки наявність внутрішнього креативу, але і вміння його реалізовувати. Адже навіть якщо людина має хист до творчості, але не володіє інструментарієм його реалізації, – сукупний результат буде незначним. Саме тому в основі формування системи ефективного креативного менеджменту лежить інноваційне підприємництво.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» [11] наведено таке визначення поняття «інноваційне підприємство» – це підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг. Згідно з вітчизняним законодавством до такого виду підприємства належить діяльність інноваційних центрів, технопарків, технополісів та інноваційних бізнес-інкубаторів.

Інноваційне підприємництво являє собою підприємницьку діяльність, яка спрямована на створення нових продуктів, технологій і послуг і супроводжується формуванням відповідних методів організації й управління [6].

Під поняттям «інноваційне підприємництво» деякі дослідники [8, с. 62] розуміють економічну діяльність зі створення й управління інноваційним підприємством з метою розробки, впровадження та комерційного використання різного роду інновацій. Інновації в цьому випадку виступають специфічним інструментом інноваційного підприємництва. Однак, на їх думку, господарська діяльність, що пов'язана з використанням придбаних підприємцем нововведень у постачальників для випуску традиційних товарів та послуг, не є інноваційною, оскільки не передбачає розробки, створення, впровадження та реалізації самим підприємцем чи його підприємством власної інновації.

Інші вчені-економісти [7, с. 111–112] розглядають поняття інноваційного підприємництва в розрізі досягнення не тільки економічних, а, передусім, соціальних ефектів.

Не можна не погодитися з позицією колективу авторів [9, с. 20–22], які детермінують інноваційне

підприємство як елемент системи креативного менеджменту, тобто як процес комерціалізації креативних управлінських рішень.

Креативний менеджмент спирається на креативістику – галузь знань про продуктивне колективне вирішення творчих завдань, а інноваційний – на інноватику – галузь, що вивчає формування нововведень та їх поширення, а також способи розробки інноваційних рішень. Інноваційний і креативний менеджмент розглядають один і той самий об'єкт, однак інноваційний – із зовнішнього боку, як статичний, завершений, а креативний – із внутрішнього, як процес створення в динаміці [10, с. 12].

Проаналізувавши різні погляди вчених-економістів, можна навести таке визначення економічної категорії «**інноваційне підприємство**» – це ключовий елемент системи креативного менеджменту, що забезпечує її результативність і можливості комерціалізації.

Інноваційне підприємство – зона підвищеного економічного ризику. Здійснювати інновації підприємствам перешкоджають:

- ✦ високі інноваційні витрати без гарантії на швидку окупність;
- ✦ недостатність коштів, інформації, кваліфікованого персоналу;
- ✦ жорстка конкуренція на багатьох ринках;
- ✦ невизначений попит на інноваційні товари або послуги;
- ✦ складність організації процесу безперервного пошуку нових ідей для виробництва інноваційної продукції або послуг.

Креативність як акт привнесення у світ чогось корисного, що працює і не є самоочевидним; як поєднання новизни, корисності та несподіванки [1, р. 153; 2, с. 29]. Креативність – це творчі здібності особистості, яка реалізує потребу самоактуалізації [4].

Усі ідеї швидко стають вторинними, тому потрібно постійно продукувати нові ідеї.

Розрізняють такі види креативності:

- ✦ *технологічна креативність* – як елемент науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок;
- ✦ *економічна креативність* – можливість генерації та подальшої комерціалізації інноваційних ідей;
- ✦ *мистецька креативність* – продукування та втілення задумів творчого характеру, що стосуються соціально-культурної сфери життя суспільства;
- ✦ *культурна креативність* – як прояв терпимості та толерантності щодо всіх попередніх видів креативності.

Технологічна й економічна креативність стимулюється мистецькою та культурною креативністю і взаємодіє з ними. Креативність також потребує соці-

ального й економічного середовища, яке може живити безліч її проявів [1, р. 154; 2, с. 29].

Управління креативністю в організації розглядають на мікро- і макрорівнях. Мікрорівень – це особистісний рівень, а макроаспекти – методи посилення творчої взаємодії групи, колективна взаємодія для розв'язання проблем в організації [10, с. 24].

Креативність пов'язана з появою нового робочого середовища, нових стилів життя, нових організацій і громад, які, своєю чергою, є сприятливими для креативної роботи. Таке креативне середовище є критично важливим для продукування технологічної креативності та комерційних інновацій і, відповідно, багатства, яке з них випливає [1, р. 157; 2, с. 38].

Таким чином, **креативний менеджмент** – це вид управлінської діяльності, що забезпечує процес розробки, генерування та впровадження інновацій для формування конкурентоспроможності та соціальної значущості організації шляхом: 1) створення відповідного соціально-психологічного клімату в колективі та 2) розвиненої (адаптивної) інноваційної інфраструктури.

Творчість стає все більшим джерелом конкурентоспроможності економік країн у глобальному контексті. Це спричинило необхідність розробки методичного інструментарію оцінки й аналізу креативності як системи інноваційного підприємства в глобальному та локальному контекстах.

До міжнародних показників оцінки креативної діяльності можна віднести такі:

- ✦ Глобальний інноваційний індекс (*Global Innovation Index – GII*) дозволяє порівняти стан розвитку країн світу, визначити слабкі та сильні сторони вже сформованого інноваційного потенціалу, конкурентоспроможність країн, їх інвестиційну та інноваційну привабливість, роль і місце у світових економічних процесах, основні тенденції та проблеми, що перешкоджають на шляху стійкого інноваційного розвитку.
- ✦ Глобальний індекс креативності (*Global Creativity Index – GCI*) – об'єднує країни в індивідуальному рейтингу на основі творчості, технологій, талантів та терпимості, що формують інтегральний показник.
- ✦ Індекс креативної продуктивності (*Creative Productivity Index – CPI*) – інструмент для вимірювання прогресу у сприянні творчості та інновацій. Вимірює інноваційну та творчу спроможність економік, пов'язуючи творчі внески із результатами. До вхідних даних належить творча продуктивність: здатність до інновацій, стимули до інновацій і сприяння інноваціям; вихідна сторона стандартно вимірює інновації за кількістю поданих патентів та показниками створення знань.

- ✦ Індекс креативності міст (*Creative City Index – CCI*) – інструмент комплексної оцінки міст, що дозволяє оцінити творчі здібності жителів та потенціал міст, що є передумовою для подальших інновацій, економічної та культурної енергії. У цьому рейтингу досліджуються міські процеси та проекти на предмет оцінки їх творчого потенціалу.
- ✦ *Hong Kong Creativity Index (HKCI)* – оцінює рівень креативності та пов'язаних з цим факторів креативної економіки в Гонконзі. У дослідженні враховується не лише результати творчої діяльності, а й допоміжні фактори розвитку креативної економіки. Структура цього індексу складається із соціального, культурного, людського та інституційного капіталів, що використовуються для створення креативних продуктів та послуг.

Усі перераховані індекси відрізняються за категоріями, пріоритетами, цілями дослідження та контекстом, а також набором вхідних і вихідних параметрів для формування інтегральних індексів. Кожен із цих показників дозволяє не тільки виявити креативний потенціал за визначеними показниками, але й оцінити внесок творчих видів діяльності в економічному вимірі. Окрім того, глобальний рівень оцінки охоплюють перші три індекси – *Global Creativity Index*, *Creative Productivity Index*, *Global Innovation Index*; наступні два – *Creative City Index*, *Hong Kong Creativity Index* – мають більш локальний характер.

Оцінка рівня розвитку інноваційної системи країни, її потенціалу та стану креативності є дуже різноплановим науково-практичним завданням, у якому досить складно виміряти й оцінити всі діючі фактори з математичною точністю. Значна кількість складових здійснення творчої діяльності не має математично визначеного вимірника. У зв'язку зі складністю або неможливістю точного вимірювання більшість із критеріїв, за якими оцінюється стан і визначається рейтинг креативності, мають непрямий характер, тобто вони визначаються через їх співвідношення до інших факторів або подій, які піддаються оцінці.

Так, глобальний інноваційний індекс [15] складається з низки критеріїв, одним із яких виокремлюється критерій «Результати креативної діяльності», тобто «Індекс креативності». Як елемент глобального інноваційного індексу він складається з трьох основних критеріїв оцінки: I. Нематеріальні активи. II. Творчі товари та послуги. III. Креативність онлайн.

Розглянемо комплексно результати дослідження з частковим використанням непрямого оцінювання та встановлення індекс-рейтингів складових інноваційної діяльності національних економік країн світу та їх креативності зокрема. На *рис. 1*, *рис. 2* наведемо вибірку індексів креативності за останні

5 років для країн Європейського Союзу та України, на *рис. 3* відобразимо динаміку зміни цих індексів.

До першої п'ятірки країн ЄС з найвищими рейтингами креативності у 2017 р. серед 127 країн світу увійшли Люксембург (1 місце; 65,8 бала), Велика Британія (4 місце; 60,5 бала), Нідерланди (5 місце; 59,0 балів), Мальта (6 місце; 56,0 бала) та Німеччина (7 місце; 55,9 бала). У 2021 р. для країн ЄС відбулася деяка зміна критеріїв серед 132 країн світу: Люксембург (3 місце; 54,4 бала), Велика Британія (4 місце; 54,0 бала – вихід з ЄС у 2019 р.), Швеція (5 місце; 52,9 бала), Франція (6 місце; 52,6 бала) та Нідерланди (7 місце; 52,2 бала). Останніми в рейтингах креативності серед країн ЄС за 2017–2021 рр. були визначені Хорватія, Греція та Румунія. Україна за останні 5 років за індексом креативності займала 49 місце (35,6 бала) у 2017 р. і 48 місце (30,9 бала) у 2021 р.

Щорічне визначення глобального інноваційного індексу являє собою аналітичну систему показників, що формують характеристики для відображення, у тому числі, розвитку креативності різних країн світу. Ця система постійно розвивається відповідно до динаміки суспільних цінностей, особливо при переході від одних етапів суспільно-економічного розвитку до інших.

ВИСНОВКИ

Інноваційне підприємництво є ключовим елементом системи креативного менеджменту, що забезпечує її результативність та можливості комерціалізації. Своєю чергою, як вид управлінської діяльності, креативний менеджмент спрямований на створення відповідного соціально-психологічного клімату в колективах та адаптивної інноваційної інфраструктури, які забезпечать ефективний процес розробки, генерування та впровадження інновацій.

Проблеми розвитку креативної економіки висвітлюються в міжнародних рейтингах у різних аспектах і залежать від цілей і пріоритетів дослідників, а також факторів, що виокремлені для аналізу. Проте всі індекси мають однакову концепцію створення екосистеми для заохочення до більшої творчості.

До факторів, що формують структуральні елементи креативної екосистеми, можна віднести: людські ресурси, інноваційну інфраструктуру, інституційне та правове середовище, творчі результати, соціальний капітал і ступінь толерантності (терпимості). У комплексі ця потужна нематеріальна взаємодія факторів і породжує явище креативності, що проявляється не тільки в морально-чуттєвому, а й у соціальному та економічному ефектах, створює цінності для бізнес-середовища та є підґрунтям для інноваційного розвитку країн у довгостроковій перспективі.

Перспективами подальших досліджень є аналіз і розробка на основі міжнародних рейтингів методів оцінки та стимулювання проявів креативності в бізнес-середовищі на макро- та мікрорівнях. ■

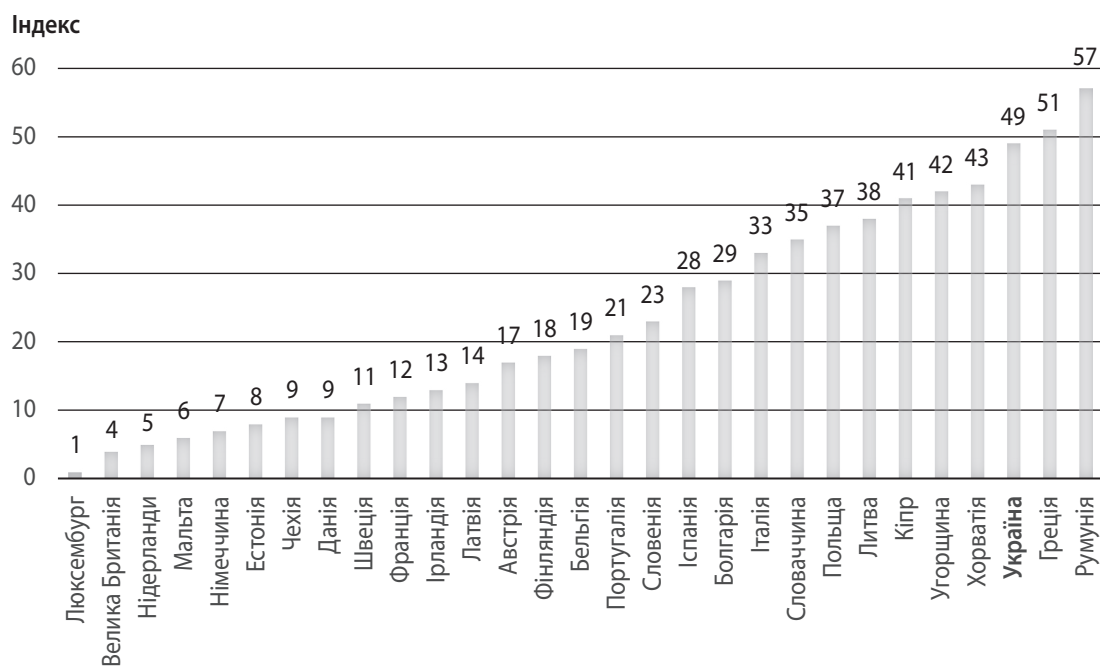


Рис. 1. Індекс креативності для країн ЄС та України, 2017 р. (місце серед 127 країн світу)

Джерело: розроблено автором на основі The Global Innovation Index 2017.

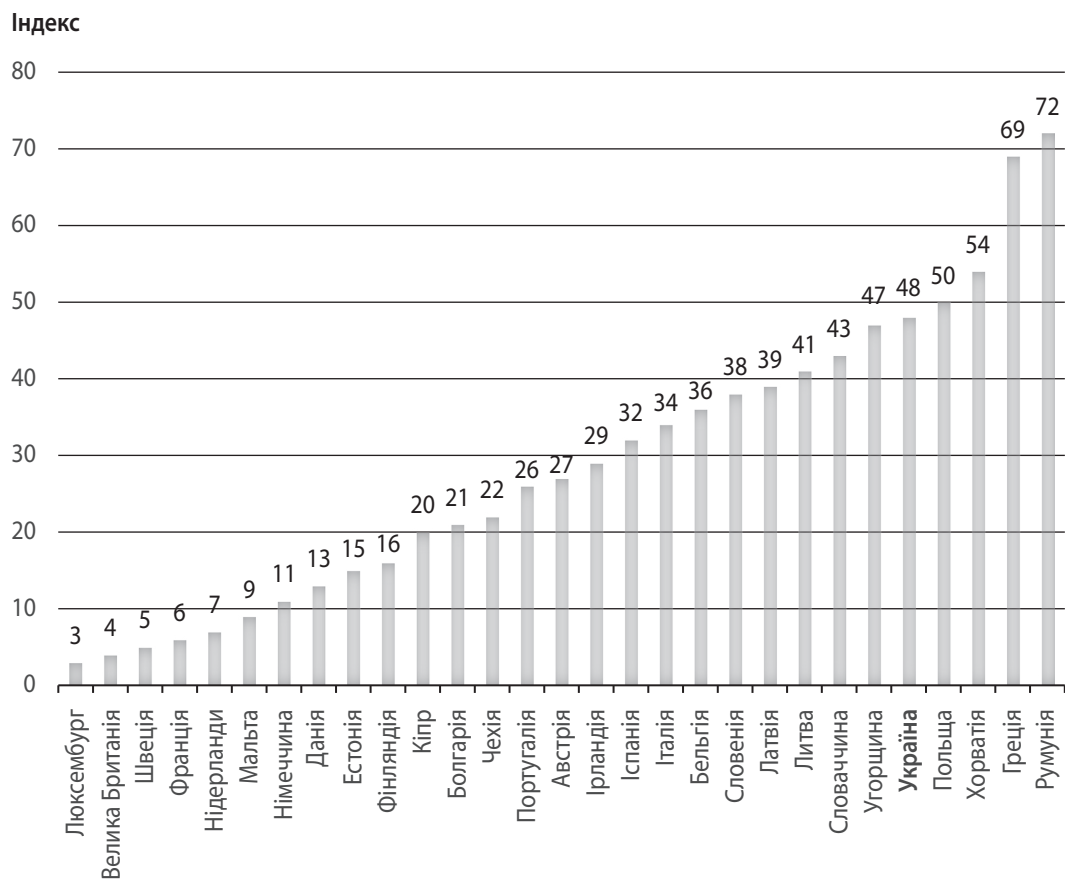


Рис. 2. Індекс креативності для країн ЄС та України, 2021 р. (місце серед 132 країн світу)

Джерело: розроблено автором на основі The Global Innovation Index 2021.

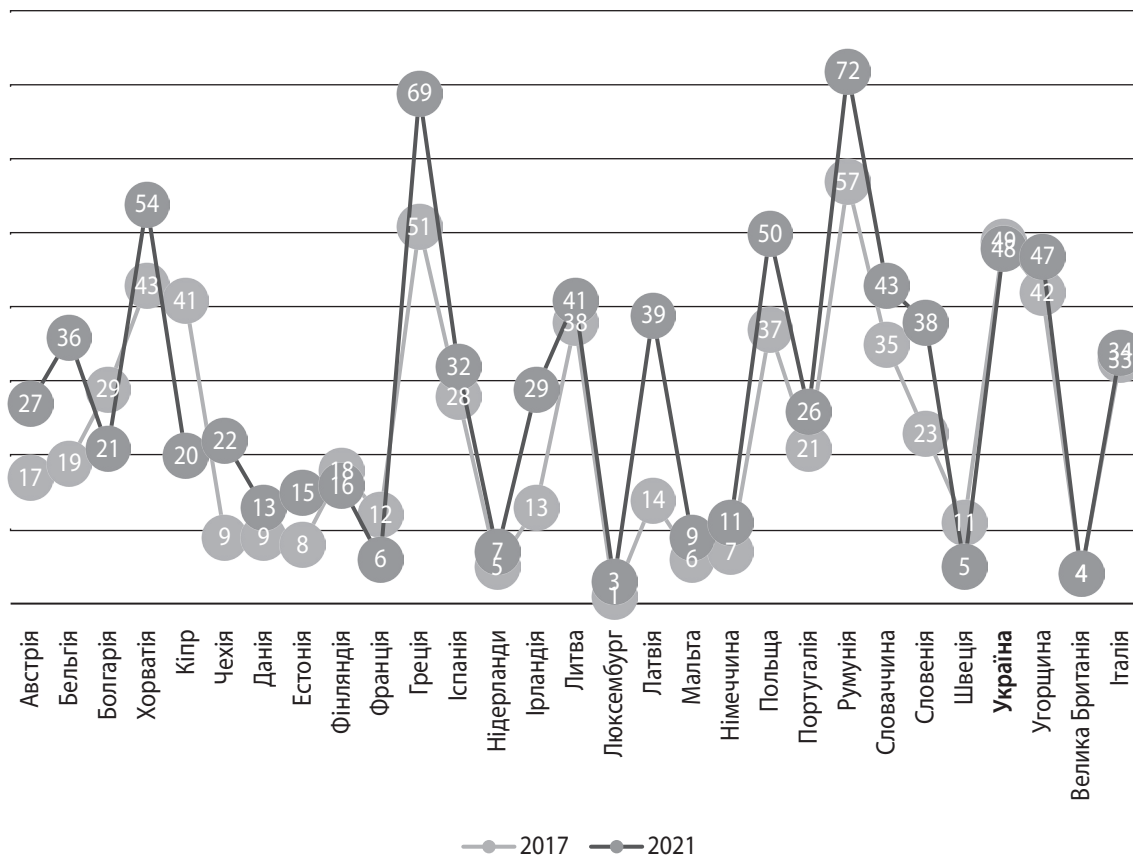


Рис. 3. Динаміка індексу креативності для країн ЄС та України, 2017–2021 рр.

Джерело: розроблено автором на основі The Global Innovation Index 2017–2021.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Simonton D. K. Creativity: Cognitive, Developmental, Personal and Social Aspects. *American Psychologist*. 2020. Vol. 55. Iss. 1. P. 151–158. DOI: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.151>
2. Флориди Р. Homo creatives. Як новий клас завойовує світ / пер. з англ. Київ : Наш формат, 2018. 432 с.
3. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. 2-ге вид. Львів : Кальварія, 2017. 164 с.
4. Maslow A. H. The Psychology of Science: A Reconnaissance. New York : Harper & Row, 1966.
5. Yoffie D. B., Cusumano M. A. Strategy Rules: Five Timeless Lessons from Bill Gates, Andy Grove, and Steve Jobs. New York : Harper Business, 2015. 272 p.
6. Варналій З. С., Сизоненко В. О. Основи підприємницької діяльності : підручник. Київ : Знання України, 2004. 404 с.
7. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Пісковець О. В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109–113. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.12.109](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.12.109)
8. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. 397 с.
9. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посіб. / за ред. Ю. М. Бажала. Київ : Пульсари, 2015. 280 с.

10. Свидрук І. І. Креативний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2012. 224 с.
11. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV (зі змінами та допов.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
12. Князевич А. О. Управління інфраструктурним забезпеченням інноваційного розвитку економіки : монографія. Рівне : Волинські обереги, 2018. 362 с.
13. Kniaszewicz A. Etapy komercjalizacji innowacji. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2020. № 1. S. 125–133. DOI: [10.5281/zenodo.4286553](https://doi.org/10.5281/zenodo.4286553)
14. Kniaszewych A., Olikhovskiy V., Olikhovska M. Clustering of the economy as a means of developing an innovation infrastructure. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2021. Vol. 7. No. 3. P. 134–139. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-3-134-139>
15. The Global Innovation Index 2017–2021. INSEAD. The Business School of The World.

REFERENCES

- Floryda, R. *Homo creatives. Yak novyi klas zavoiovuie svit* [Homo Creativus. How a New Class Conquers the World]. Kyiv: Nash format, 2018.
- Havrysh, O. M., Pylnova, V. P., and Piskovets, O. V. "Innovatsiine pidpriemnytstvo: sutnist, znachennia ta problemy v suchasnykh umovakh funktsionuvannia" [Innovative Entrepreneurship: Essence, Meaning and Problems in

- the Modern Conditions of Functioning]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 12 (2020): 109-113.
DOI: 10.32702/2306-6806.2020.12.109
- Innovatsiine pidpriemnytstvo: kreatyvny, komertsializatsiia, ekosystema* [Innovative Entrepreneurship: Creativity, Commercialization, Ecosystem]. Kyiv: Pulsary, 2015.
- Kniazevych, A. O. *Upravlinnia infrastrukturym zabezpechenniam innovatsiinoho rozvytku ekonomiky* [Management of Infrastructural Provision of Innovative Economic Development]. Rivne: Volynski oberehy, 2018.
- Kniazevych, A., Olikhovskyy, V., and Olikhovska, M. "Clustering of the economy as a means of developing an innovation infrastructure". *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 7, no. 3 (2021): 134-139.
DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-3-134-139>
- Kniaziewicz, A. "Etapy komercjalizacji innowacji. (Stages of Commercialization of Innovation)". *Knowledge, Education, Law, Management*, no. 1 (2020): 125-133.
DOI: 10.5281/zenodo.4286553
- [Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
- Maslow, A. H. *The Psychology of Science: A Reconnaissance*. New York: Harper & Row, 1966.
- Simonton, D. K. "Creativity: Cognitive, Developmental, Personal and Social Aspects". *American Psychologist*, vol. 55, no. 1 (2020): 151-158.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.151>
- Svydruk, I. I. *Kreatyvnyi menedzhment* [Creative Management]. Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury, 2012.
- The Global Innovation Index 2017-2021*. INSEAD. The Business School of The World.
- Ukraina 2030: Doktryna zbalansovanoho rozvytku* [Ukraine 2030: Doctrine of Balanced Development]. Lviv: Kalvariia, 2017.
- Varnalii, Z. S., and Syzonenko, V. O. *Osnovy pidpriemnytskoi diialnosti* [Basics of Entrepreneurial Activity]. Kyiv: Znannia Ukrainy, 2004.
- Yoffie, D. B., and Cusumano, M. A. *Strategy Rules: Five Timeless Lessons from Bill Gates, Andy Grove, and Steve Jobs*. New York: Harper Business, 2015.
- Zianko, V. V. *Innovatsiine pidpriemnytstvo: sutnist, mekhanizmy i formy rozvytku* [Innovative Entrepreneurship: Essence, Mechanisms and Forms of Development]. Vinnytsia: UNIVERSUM-Vinnytsia, 2008.