

УДК 005.4

**НАПРЯМКИ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ОСНОВІ СИСТЕМИ
ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ**<http://orcid.org/0000-0003-2185-178X>**Кравченко Марина Сергіївна**, к.е.н., доц., доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «ПДТУ», м. Маріуполь, kravchenko.maryna@gmail.com**Левченко Олексій Анатолійович**, магістр ПВНЗ «Європейський університет», м. Київ**Maryna Kravchenko**, Ph.D., Assoc., Associate Professor of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University», Mariupol**Oleksiy Levchenko**, master, Private higher educational institution “European University”, Kyiv**M. Kravchenko, O. Levchenko. Directions of creative management based on systems of balanced indicators.**

The relevance of the conference is motivated by the important role of motivating the staff in the management and security staff to the internal and external aspects. The subject of the presentation is the principle, as well as the method of the creative mission and the way to the modern motivational management. Investigated that in the creative economic theory of practical training, in the category of creative management, creative industry, and creative development of the creative industry on national development, in the development of creative development in national development, national development. It emphasizes missionary support, standard and mandatory training, and the adoption of new missionary, new ideas. It is designated, creative management can be interpreted, as a system of managing knowledge, processes. See straightforward creative management. It is designed, so effective for a creative management robot, to build in the development of the creative sector of economics and to base on the concept of creativity on a particular, group, organizational, national and global perspective. Effectiveness in dealing with this problem and non-binding with regard to the flow of information about the optional fragment, which can be useful for summing up. The problem is given for additional help with the balance of the system. Concerning the methodological systems and calculations for all the time spent in Chechnya, an interview will be organized: “Finance”, “Clients”, “Internal business processes”, “Teaching and Development”. Leather bakery Thus, the system allows the user to control the state of the art management tool, which allows for the identification of critical parameters, not just a streamline development of the device. In addition, a role has been assigned to i and having injected the methods of system-based indicators in the company, and also the management system has been determined.

Кравченко М. С., Левченко О. А. Напрямки креативного менеджменту на основі системи збалансованих показників.

Актуальність дослідження обумовлена важливою роллю мотивування персоналу в менеджменті та забезпечення гнучкості відповідно до внутрішніх і зовнішніх змін. Предметом дослідження є елементи, принципи, а також методи креативного мислення і підходи до сучасного мотиваційного менеджменту. Досліджено, що в креативній економічній теорії та практиці, є категорії «креативний менеджмент», «креативна індустрія», визначено, що питання розвитку креативних індустрій на національному рівні становить значний науковий інтерес і стає предметом звіту в країнах ЄС. Акцентовано, що креативне мислення дає змогу змінити бачення стандарту, бачення світу, а також дає можливість новому мисленню, новим ідеям. Зазначено, що креативний менеджмент можна трактувати, як систему управління знаннями, процесами. Розглянуті напрямки формування креативного менеджменту. Обґрунтовано, що ефективна робота креативного менеджменту залежить від розвитку креативного сектора економіки та базується на концепції креативності на особистому, груповому, організаційному, національному та глобальному рівнях. Ефективність рішень керівництва тісно пов'язана з проблемою необхідності у виділенні з потоку інформації необхідного фрагменту, який дозволить керувати підприємством. Вирішується дана проблема за допомогою збалансованої системи показників. Відповідно до методології системи збалансованих показників, всі цілі діляться на чотири проекції пов'язані між собою: «Фінанси», «Клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання і розвиток». Кожна з проекцій містить ряд показників і характеризує підприємство: коефіцієнт рентабельності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт фінансової незалежності, кількість постійних клієнтів, кількість нових клієнтів, відсоток клієнтів, які звернулись повторно. Таким чином, система дає можливість керівництву інший сучасний інструмент управління, який дозволить оцінити критичні параметри не тільки поточного, але й майбутнього розвитку підприємства. У висновку дослідження визначено роль і вплив застосування методики системи

збалансованих показників на підприємстві, а також оцінюються переваги, які надає система управління менеджменту.

Кравченко М. С., Левченко О. А. Направлення креативного менеджмента на основе системы сбалансированных показателей.

Актуальность исследования обусловлена важной ролью мотивации персонала в менеджменте и обеспечения гибкости в соответствии с внутренним и внешним изменениям. Предметом исследования являются элементы, принципы, а также методы креативного мышления и подходы к современному мотивационному менеджменту. Доказано, что в креативной экономической теории и практике, встречаются категории «креативный менеджмент», «креативная индустрия», определено, что вопросам развития креативных индустрий на национальном уровне представляет значительный научный интерес и становится предметом отчета в странах ЕС. Акцентировано, что креативное мышление позволяет изменить видение стандарта, видение мира, а также дает возможность новому мышлению, новым идеям. Отмечено, что креативный менеджмент можно трактовать как систему управления знаниями, процессами. Рассмотрены направления формирования креативного менеджмента. Обосновано, что эффективная работа креативного менеджмента зависит от развития креативного сектора экономики и базируется на концепции креативности на личном, групповом, организационном, национальном и глобальном уровнях. Эффективность решений руководства тесно связана с проблемой необходимости в выделении из потока информации необходимого фрагмента, который позволит управлять предприятием. Решается данная проблема с помощью сбалансированной системы показателей. Согласно методологии системы сбалансированных показателей, все цели делятся на четыре проекции, связанные между собой: «Финансы», «Клиенты», «Внутренние бизнес-процессы», «Обучение и развитие». Каждая из проекций содержит ряд показателей и характеризует предприятие: коэффициент рентабельности, коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент финансовой независимости, количество постоянных клиентов, количество новых клиентов, процент клиентов, которые обратились повторно. Таким образом, система дает возможность руководству другой современной инструмент управления, который позволит оценить критические параметры не только текущего, но и будущего развития предприятия. В заключение исследования определены роль и влияние применения методологии системы сбалансированных показателей на предприятии, а также оцениваются преимущества, которые предоставляет система управления менеджмента.

Постановка проблеми. Економічна глобалізація в руслі науково-технічного прогресу характеризується інноваційністю та креативністю, коли їх основою стає людський, а також інтелектуальний капітал. Креативні індустрії являють основу креативної економіки, а також становлять окремий напрямок економічних досліджень і новітню сферу бізнес-діяльності.

Поняття «креативність», «креативні індустрії», «креативна економіка» є приводом для дискусій в новій формі наукових досліджень. На даний час не сформовано універсальної методології оцінювання масштабу креативного сектору економіки. Актуальними залишаються питання поняття «креативний менеджмент» та його внутрішні і практичні результати в міжнародному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичними і практичними проблемами розвитку креативного менеджменту займались зарубіжні науковці: П. Друкер, Г. Мінцберг, П.Сенге, Б.Твіс, Г.Хамеоса, Ч. Хені, Й. Шумпетер та інші. Проблемами, факторами і особливостями становлення креативного менеджменту, мотиваційним і організаційним аспектам дослідженнями займались такі науковці, як: Антонюк Л., Василенко В., Дорошенко О., Кузьмін О., Смірнова Я., Свидрук І., Столярчук Я., Ястремська О.

Мета статті – теоретичне дослідження тенденцій креативного менеджменту в контексті глобального економічного розвитку, мотивацій, окреслення сфер і меж застосування, а також інструментів міжнародного менеджменту.

Результати дослідження. Характеристика глобальної економіки базується на методологічному потенціалі багатьох теорій, моделей, концепцій, що надає можливість виділити в її структурі сегменти інноваційної економіки, економічні знання. Реалізуючи концепцію креативної економіки можна відкрити нові горизонти пошуку можливостей і джерел соціально-економічного прогресу.

Ключовими термінами в креативній економічній теорії та практиці, є категорії «креативний менеджмент», «креативна індустрія». Креативна економіка, як новітня

концепція кінця XX – початку XXI ст. відображає різні погляди, однак в даний час її матеріальним підґрунтям виступає креативний товар послуги ідентифікованих індустрій таких як: архітектура, реклама, мода, музика, мистецтво, телебачення і т.д. Їх ознаками загальної сутності є базування на людському капіталі, виробництво та торгівля матеріальними і нематеріальними продуктами, а також комерціалізація інтелектуальної власності [1, 2, 3].

Індустрія культури, як економічний феномен довгий час не була предметом дослідження. Тільки в кінці 1990 р. результати досліджень показали, що культурні та творчі галузі показують високі темпи зростання валового продукту.

Потрібно відзначити, що питання розвитку креативних індустрій на національному рівні становить значний науковий інтерес і навіть стає предметом звітів країн ЄС (табл.1).

Таблиця 1

Дослідження креативних галузей у європейських країнах за 2009-2011рр. [4, с.46-47]

Країна	Публікація	Рік	Відповідальна організація
Австрія	Другий австрійський звіт про творчі індустрії	2009	Федеральна палата економіки Австрії
	Четвертий звіт з креативних індустрій Австрії	2010	Федеральна палата економіки Австрії
Естонія	Креативні індустрії Прибалтики	2010 2011	Британська Рада
Англія	Креативна економіка: поза креативними індустріями	2011	Національний фонд з підтримки науки, технологій та мистецтва в Англії (NESNA)
Німеччина	Культурні та креативні індустрії Німеччини	2010	Федеральне міністерство економіки та технологій Німеччини
Угорщина	Індустрії авторського права Угорщини	2010	Угорські відомості інтелектуальної власності
Італія	Біла книга з творчості: італійська модель розвитку	2009	Комерційний університет ім. Луїджі Бокконі
Сербія	Експертний звіт з економічного аналізу креативного сектору Сербії	2011	Група з креативної економіки
Словенія	Культурні та креативні індустрії – стиль Словенії	2011	Міністерство культури Республіки Словенія

В творчих сферах часто використовується термін «культурні індустрії» і досить складно оцінити креативність, тому деякі європейські країни домовились про класифікацію галузей культури. Найбільш креативними визнано такі країни як: Австралія, США, Нова Зеландія, Канада, Данія, Швеція, Нідерланди. Україна займає 45 місце зі 139 країн.

Креативне мислення дає змогу змінити бачення стандартів, бачення світу, дає можливість новому мисленню, новим ідеям, підходам, повній трансформації в роботі в галузі, підприємстві. В табл.2 приведено рейтинг креативності, інноваційності, конкурентоспроможності країн світу.

Таблиця 2

Рейтинг країн світу за глобальним індексом 2018р. [5, 6, 7]

Країни	Глобальний рейтинг		
	Креативність	Інноваційність	Конкурентоспроможність
Австрія	1	23	22
США	2	4	3
Нова Зеландія	3	21	13
Канада	4	18	15
Данія	5	6	12
Фінляндія	5	8	10
Швеція	7	2	6
Ісландія	8	13	27
Сінгапур	9	7	2

Нідерланди	10	3	4
Норвегія	11	19	11
Великобританія	12	5	8
Ірландія	13	10	23
Німеччина	14	9	5
Швейцарія	16	1	1
Франція	16	15	21
Бельгія	18	27	17
Іспанія	19	28	32
Австрія	20	20	19
Україна	43	50	76

Завдяки креативному підходу, мисленню можна забезпечити стабільність підприємства, зростання фінансового прибутку. Потрібно зазначити, що за методологією ЮНКТАД основою розвитку креативних індустрій є суміжні індустрії. Тому креативний і суміжний сектори глобальної економіки мають потенціал до зростання. Так у міжнародному бізнесі та науковій літературі існує такий термін, як «креативний менеджмент». Так М. Мамфорд у своїх працях трактує креативний менеджмент, як управління інтелектуальним потенціалом підприємства, щоб створювати нові ідеї та втілювати їх у виробництво та споживання. Фангі Сью та Тьюдор Рікардс пропонують свою теорію трактування креативного менеджменту, що ґрунтується на творчому підході та реалізації отриманого результату за допомогою підприємств, груп, особистості. Зінкевич Д.К. трактує термін «креативний менеджмент», як підсистему, яка передбачає забезпечення управління, розвиток нових ідей які в подальшому набувають наукової або технологічної інформації.

Креативний менеджмент у міжнародній компанії можна трактувати, як систему управління знаннями, а також управління такими процесами, як креативне прогнозування, креативна мотивація, креативне керівництво, креативний контроль. Тому методологія формування системи креативного менеджменту розкривається через аналіз факторів та умов які направлені на особливості. (рис.1).

Креативний менеджмент динамічною складовою системи менеджменту, а також є підсистемою інноваційного менеджменту. Важливим у значенні креативного менеджменту є інтернаціональний та глобальний контекст, що зумовлює до креативних підходів, технологій і формує нову систему. Креативний менеджмент у невеликій компанії можна трактувати, як систему управління знаннями, в широкому значенні – як управління процесами підприємств.

Ефективність роботи креативного менеджменту залежить від розвитку креативного сектора економіки та базується на концепції креативності через систему освіти на особистому, груповому, організаційному, національному чи глобальному рівнях і проявляється в мисленні та управлінні. Досліджуючи великі підприємства можна сказати, що стратегія розвитку підприємства розглядається в рамках чотирьох основних проєкцій діяльності: «Фінанси», «Клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання і розвиток». Навчання і розвиток включає в себе навчання співробітників та розвиток підприємства, як в індивідуальному плані, так і на рівні підприємства. Наявність кваліфікованих працівників дозволяє підтримувати високу якість при мінімальних затратах. Відтік кадрів веде підприємство до погіршення показників та негативно впливає на фінансовий стан підприємства, а також його внутрішній клімат в колективі. Також дана проєкція знаходить своє відображення в таких показниках як кількість кваліфікованих працівників та витрати на їх навчання.

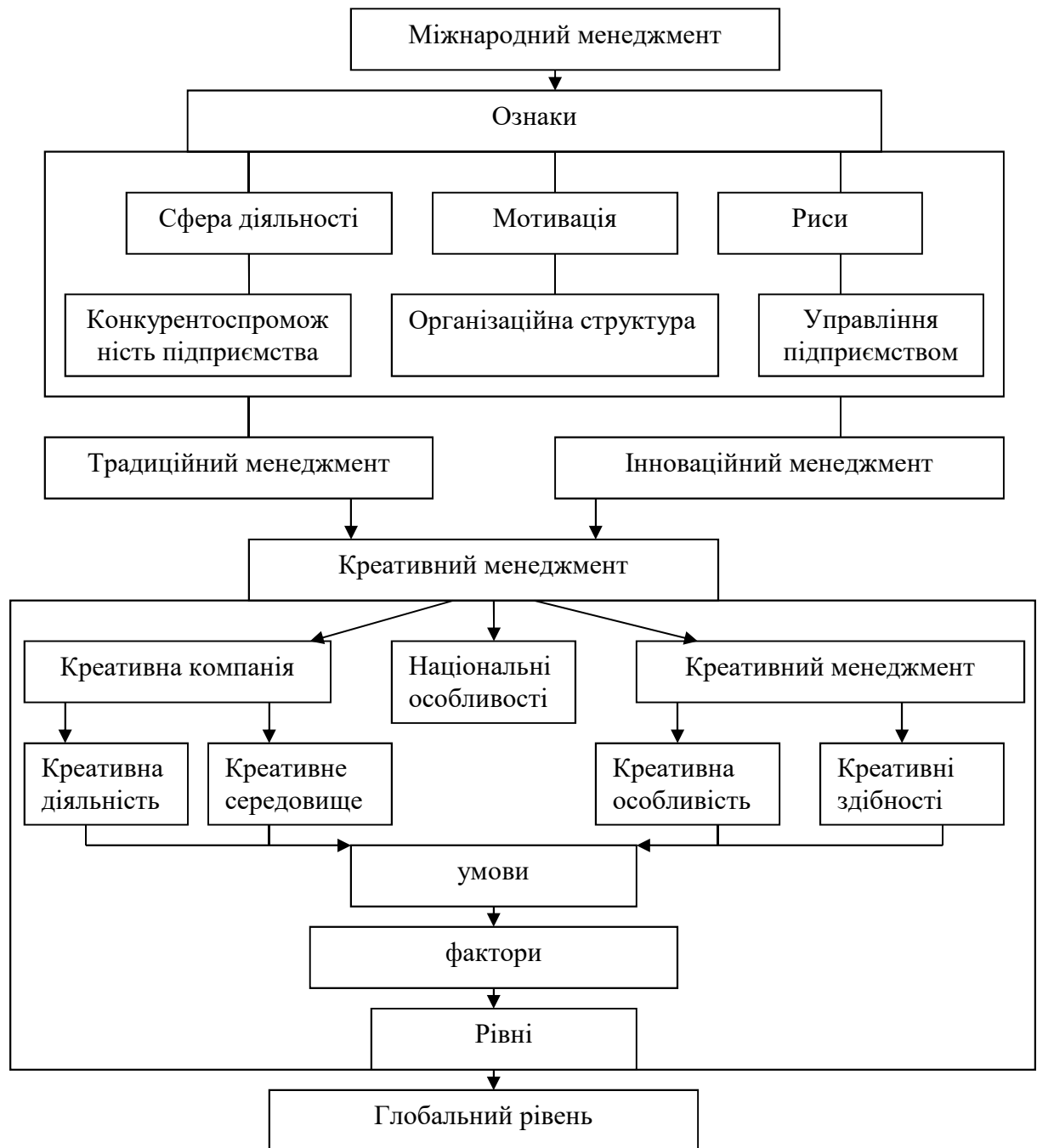


Рис. 1 Напрямки формування креативного менеджменту.

Проекцію «Внутрішні бізнес-процеси» відображають показники, які зосереджені на оцінці внутрішніх процесів, а саме: відсоток вантажно-розвантажувальних робіт, що здійснені в строк; забезпеченість замовленнями в днях; кількість втраченого при навантаженні вантажу; фондвіддача; коефіцієнт екстенсивного використання обладнання; коефіцієнт інтенсивного використання обладнання. [8] Для розрахунку відсотка вантажно-розвантажувальних робіт, що виконані в строк необхідно знати кількість вантажно-розвантажувальних робіт ($ВР_{вчасно\%}$), здійснених за період часу T , без порушення обумовлених термінів, а також загальна кількість вантажно-розвантажувальних робіт ($ВР_{заг}$), здійснених за період часу. Розрахунок проводить згідно з формулою (1):

$$BP_{вчасно\%} = \frac{BP_{вчасно}}{BP_{заг.}} * 100\% \quad (1)$$

Для дослідження рівня забезпеченості і замовленнями в днях потрібна інформація про кількість укладених договорів ($K_{лдог}$) і середня кількість днів ($D_{ндог}$) необхідних для проведення робіт за одним договором:

$$Здн = K_{лдог} * \overline{D_{ндог}} \quad (2)$$

Кількість втраченого або зіпсованого при завантаженні вантажу:

$$B_{страч} = B_{пл} - B_{ф} \quad (3)$$

де $B_{пл}$ – загальна кількість (т) вантажу, заплановане до навантаження за період часу (згідно з прийнятими заявками);

$B_{ф}$ – загальна кількість вантажів (т), завантажених за період часу T .

Фондовіддача:

$$K_{ф} = \frac{S_{послуг}}{S_{осн.з.}} \quad (4)$$

де $S_{послуг}$ – вартість послуг, наданих за період часу;

$S_{осн.з.}$ – середньорічна вартість основних засобів на початок року. Показує ефективність використання основних засобів підприємства.

Коефіцієнт екстенсивного використання обладнання, показує використання його в часі:

$$K_{екст} = \frac{T_{ф}}{T_{р}} \quad (5)$$

де $T_{ф}$ – фактичний час роботи машин і устаткування, ч;

$T_{р}$ – режимний фонд часу роботи машин і устаткування, ч.

Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання:

$$K_{инт} = \frac{\Pi_{ф}}{\Pi_{р}} \quad (6)$$

де $\Pi_{ф}$ – фактична продуктивність технологічного обладнання (од. продукції / рік);

$\Pi_{р}$ – технічно обґрунтована продукція машин і устаткування (од. продукції / рік).

При недостатній завантаженості обладнання ($K_{инт} < 1$) не забезпечується його нормативна окупність, підвищується ймовірність морального зносу. Зайві одиниці обладнання призводять до зростання податку на майно і зменшення суми прибутку, що залишається в розпорядженні організації.

При перевантаженому обладнанні ($K_{инт} < 1$) можливі два варіанти. Коли обладнання виконує усю необхідну роботу і перевантаження не позначається негативно на якості надаваних послуг та не створює аварійної ситуації – є можливість та, навіть, необхідність використовувати його з певним перевантаженням. При цьому зовсім не потрібні інвестиційні вкладення для придбання додаткового обладнання з метою збільшення його потужності, обладнання набагато скоріше себе окупить, і ймовірність його морального зносу зводиться до мінімуму. [9]

Кількість постійних клієнтів розраховується шляхом підрахунку числа клієнтів, які звернулися більше двох разів. Кількість нових клієнтів підраховується шляхом підрахунку числа клієнтів, знову які звернулися за період часу T .

Середній час навантаження:

$$БЗ = \frac{Кіл_{пр.з}}{Кіл_з} * 100\%$$

(7)

де $Кіл_{пр.з}$ – кількість прийнятих за період часу заявок;

$Кіл_з$ – кількість заявок, що надійшли за той же період часу T .

Середній час навантаження:

$$ЧН_{ср} = \frac{T_n}{Кіл_{вик.з}}$$

(8)

де T_n – загальний час навантаження;

$Кіл_{вик.з}$ – загальна кількість виконаних заявок за період часу T .

Відсоток клієнтів, які звернулися повторно:

$$Кл_{повт.} \% = \frac{Кл_{повт.}}{Кл_{заг.}} * 100\%$$

(9)

де $Кл_{повт.}$ – кількість клієнтів, які повторно звернулися за період часу;

$Кл_{заг.}$ – загальна кількість клієнтів, які залишилися незадоволеними послугами, наданими їм період часу T .

Проекцію «Фінанси» відображають показники, що оцінюють економічні наслідки рішень, які не прийняті і виявляються можливості стратегії підприємства. До показників відноситься: коефіцієнт фінансової незалежності; коефіцієнт оборотності активів; коефіцієнт рентабельності капіталу підприємства і коефіцієнт абсолютної ліквідності. [10]

Коефіцієнт фінансової незалежності характеризує ту частину коштів, які вклали власники підприємства в загальну вартість майна.

Розрахунок коефіцієнта автономії проводиться за формулою:

$$Ka = \frac{BK}{Ac}$$

(10)

де BK – власні кошти;

Ac – сукупні активи.

Коефіцієнт оборотності активів:

$$K_{об.а} = \frac{B_{пр}}{S_a}$$

(11)

де $B_{пр}$ – виручка від продажів, здійснених за період часу;

$\overline{S_a}$ - середня вартість активів за той же період часу T .

Зменшення цього коефіцієнта свідчить про уповільнення обороту оборотних засобів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$K_{ал.} = \frac{ГК + Вк_{кр}}{ПЗ}$$

(12)

де ГК – грошові кошти;

$Вк_{кр}$ – короткострокові фінансові вкладення;

ПЗ – поточні зобов'язання.

Цей коефіцієнт показує, яка частина короткострокових зобов'язань може бути погашена не тільки за рахунок наявних у підприємства грошових коштів, але і за рахунок очікуваних надходжень виконані роботи або надані послуги. Рекомендоване значення даного показника $\geq 0,2$:

Коефіцієнт рентабельності і власного капіталу характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного в дане підприємство, розраховується за формулою:

$$K_{вк} = \frac{ЧП}{ВК}$$

(13)

де ЧП – чистий прибуток за період часу; ВК – власні кошти.

Обрані показники відповідають вимогам: відповідають цілям і задачам підприємства; забезпечують оптимістичне рішення плану розвитку виробничого підприємства, дають якісну і комплексну оцінку виробничого потенціалу. [10]

Основною стратегічною метою креативного менеджменту, є підвищення фінансової стійкості підприємства, покращення конкурентоспроможності та якості товару і послуг. Це дозволить підприємствам збільшити прибуток, а також покращити фінансове становище. Для цього необхідно: система контролю за допомогою якої перевіряється впровадження стратегічних заходів системи, впровадження стратегічного та оперативного планування, стратегічних заходів у річне планування та бюджетування. Тому впровадження системи на підприємствах є необхідною умовою для їх розвитку для подальшої конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Висновок: Менеджмент, як система яка постійно оновлюється завдяки посиленням глобалізаційних впливів, формуванням управлінських рішень поєднання інтересів особистості, бізнесу, а також суспільства. Зростання потреби у креативних співробітників, які можуть приймати нестандартні рішення, втілювати це у новітні технології, послуги та продукти.

Розглянута система надає керівництву підприємства нові інструменти управління, які можуть дозволити оцінити критичні параметри не тільки поточного але й майбутнього розвитку, а також поєднати стратегію підприємства з показниками результативності індивідуально розроблених для різних рівнів управління.

Список використаних джерел:

1. Лук'яненко, Д. Г. Імплементация парадигмы экономики знаний у стратегії національного економічного розвитку / Д. Г. Лук'яненко, О. Д. Лук'яненко, О. С. Дорошенко // Міжнародна економічна політика. - 2013. - Вип. 2. - С. 5-26.
2. Кук, П. Креатив приносит деньги / Питер Кук; пер. с англ. С. С. Гуринович. – Минск: Гревцов Паблшер, 2007. – 384 с.
3. Шахид, Ю. От креативности к инновации // Вопросы образования. – 2007. - № 4. – С.159-172.
4. Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches // UNESCO, 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-the-economic-contribution-of-cultural-industries-a-review-and-assessment-of-current-methodological-approaches-en_1.pdf
5. Рейтинг конкурентоспособности экономик стран мира – 2017/2018. – Режим доступу: <https://uteka.ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-rejting-konkurentosposobnosti-ekonomik-stran-mira---20172018>
6. The Global Innovation Index 2017 Innovation Feeding the World. – Режим доступу: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf

7. ТОП-25 Стран в глобальном рейтинге креативности. – Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/article/global-creativity-index-2015>
8. Вайкок, М. А. Сбалансированная система показателей оценки эффективности деятельности промышленного предприятия / М. А. Вайкок. – Киев : Актуальные вопросы экономики. – № 7 – 2013 – С. 212.
9. Ковбатюк, М. В. Обґрунтування системи показників рейтингової оцінки підприємств водного транспорту / М. В. Ковбатюк, І. І. Стрілок– Суми: Бізнесінформ. - № 9 – 2013.
10. Показники використання обладнання переробних підприємств та адаптація цих показників для одержання заданого обсягу продукції. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/75476/agropromislovist/pokazniki_vikoristannya_obladnannya_pererobnih

References:

1. Luk'yanenko D.G. Paradigms of economic knowledge and knowledge of the strategic economic development / D.G. Luk'yanenko, O.D. Luk'yanenko, O.S. Doroshenko // МN№19. - p.5-26.
2. Cook P. Creative brings money / Peter Cook; translated from English by S.S. Gurinovich. - Minsk: Grevtsov Publisher, 2007. - 384 p.
3. Shahid Y. From creativity to innovation // Educational issues. - 2007. - №4. - P.159-172.
4. Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches // UNESCO, 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-the-economic-contribution-of-cultural-industries-a-review-and-assessment-of-current-methodological-approaches-en_1.pdf
5. Rating of the competitiveness of economies of the world - 2017/2018. More details on the link <https://uteka.ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-rejting-konkurentosposobnosti-ekonomik-stran-mira---20172018>
6. The Global Innovation Index 2017 Innovation Feeding the World https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf
7. TOP-25 countries in the global ranking of creativity <https://www.culturepartnership.eu/article/global-creativity-index-2015>
8. Vaykok M. A. A balanced system of indicators for assessing the effectiveness of the industrial enterprise / M. A. Vaykok. - К .: "Actual issues of the economy." - № 7 - 2013 - p. 212.
9. Kovbatyuk M.V., Obruntuвання system and indicators of the rating of assessments of water transport enterprises / M.V. Kovbatyuk, I. I. Strelok-Summy: Biznesform. - № 9 - 2013.
10. Indicators of the victorist possession of rearrangements and adaptations for the demonstration of a given commitment to the product. [Electronic resource] - Primary materials online - Access mode: http://pidruchniki.com/75476/agropromislovist/pokazniki_vikoristannya_obladnannya_pererobnih

Ключові слова: креативний менеджмент; креативна індустрія; інноваційність; креативні галузі; фінанси; клієнти; внутрішні бізнес-процеси; навчання і розвиток.

Ключевые слова: креативный менеджмент; креативная индустрия; инновационность; креативные отрасли; финансы; клиенты; внутренние бизнес-процессы; обучение и развитие.

Keywords: creative management; creative industry; innovation; creative industries; finance; customers; internal business processes; training and development.

Рецензент: Хаджинов І.В., проректор з наукової роботи, професор кафедри міжнародних економічних відносин ДонНУ імені Василя Стуса, д-р, екон. н., професор.

Перевірено на плагіат системою: <https://corp.unicheck.com/library/viewer/report/7786659>