

УДК 658.336

DOI: 10.18524/2413-9998.2021.1(47).227013.

Т. П. Чернявська,

доктор психологічних наук, професор
професор кафедри диференціальної і спеціальної психології
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
вул. Дворянська, 2, 65026, м. Одеса, Україна
e-mail: chernyavskaya@onu.edu.ua

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ МЕНЕДЖЕРІВ

У статті досліджено креативне мислення менеджерів та креативний потенціал особистості. Визначено, що серед способів активації внутрішніх резервів людини, найбільш дієвим представляється розкриття, розвиток і затвердження природної креативності життєутворюючої спрямованості як генетичної даності, яка закладена в організмі і знаходиться в ньому спочатку. Виявлено, що креативність особистості в бізнес-діяльності є однією з головних умов успіху в створенні інноваційних продуктів та послуг. Встановлено, що креативне мислення менеджерів можна розвивати, наприклад, за допомогою психологічного тренінгу інноваційного мислення, гнучкого мислення і спілкування, асертивної поведінки. Наведено основні шляхи розвитку креативного мислення менеджерів, а саме цілеспрямоване моделювання бізнес-ситуацій, при яких учасники тренінгу постійно стикаються з необхідністю застосовувати наявні знання, уміння та навички.

Ключові слова: креативність; креативне мислення; креативний потенціал; особистість; бізнес-діяльність.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Креативність, креативне мислення, креативний потенціал особистості це досить складні і багатоаспектні проблеми. Як зазначає А. Маслоу, креативність потрібна всім і інтерес до креативності не може залишатися прерогативою тільки психологів та психіатрів. Сучасному світові потрібно багато креативних людей. Ця природна потреба схожа на те, що відбувається в промисловості, де на перший план виходить проблема застарівання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Цілеспрямоване теоретико-емпіричне дослідження проблеми креативності проводилось ученими F. Barron, J. Guilford, P. Джаджкінс, А. Маслоу, Р. Стернберг, Е. Тоггансе, Дж. Форсайт, Дж. Хедланд та інші. У вітчизняній психології творчість, креативність досліджуються

вже не одне десятиліття (Л. С. Виготський, Д. Б. Богоявленська, В. М. Дружинін, Є. П. Ільїн, Г.С. Костюк, С. Д. Максименко, О. М. Матюшкін, В. О. Моляко, Я. О. Пономарев, В. А. Роменець, В. В. Рибалка та ін.). До наукових інтересів учених входять такі питання: саморозвиток і творчість, зв'язок творчості з інтелектом, залежність здібності до творчості від рівня професіоналізму, значення уяви в творчому процесі, пошуковий характер творчої активності діяльності, здібність до експериментування, наявність уяви і фантазії.

Постановка завдання. Дослідити креативне мислення менеджерів та креативний потенціал особистості.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку А. Маслоу, керівники держав починають усвідомлювати, що люди, які здатні вирішити їх проблеми, здатні винайти щось нове, це саме ті люди, які їх завжди мимоволі дратували, які викликали у них різке неприйняття, а саме креативні люди. Тому, на його погляд, на державному рівні встали проблеми управління творчим персоналом, раннього відбору креативних людей, виховання і формування творчої особистості і інші подібні проблеми [8].

Наш час більш мінливий, більш текучий, більш нестримний, ніж будь-яка епоха у всій історії людства. Прискорилося все – темп збору наукових даних, винахідницька активність, швидкість вироблення нових технологічних рішень, процеси трансформації психологічної реальності, зростання добробуту. Все щодня складається в нову, раніше невідому комбінацію і ставить людину перед необхідністю відповідати їй. Раніше неможливо було навіть представити подібну нестабільність, але зараз вона вже не дозволяє людині скористатися старим досвідом, хоча багато хто ще не усвідомлює цього. Практично в кожній сфері життя ми стикаємося з блискавичним застаріванням фактів, теорій і методів.

Потрібно навчати людей креативному мисленню, щоб вони були готові прийняти нове, уміли імпровізувати. Вони повинні не боятися змін, уміти зберігати спокій в бурхливій течії нового і по можливості вітати нове.

Це відноситься і до підготовки менеджерів, які мають бути здатні узяти під контроль стрімке і неминуче застарівання тільки

що впровадженого у виробництво продукту чи послуги, способу виробництва, що тільки що засвоєний. Це мають бути досить тямущі люди, щоб у них вистачило розуму не боротися із змінами, а передбачати їх, і досить зухвалі, щоб радіти їм. Необхідно формувати людей-імпровізаторів, людей, здатних приймати блискавичні, творчі рішення. Сьогодні освіту треба розглядати як процес становлення характеру, як процес особистісного розвитку.

Люди, які дуже прив'язані до минулого, стали майже даремними в багатьох професіях. Настав час нової людини, яка здатна відірватися від свого минулого, відчуває в собі силу, мужність і упевненість, щоб довіритися тому, що диктує ситуація; яка здатна, якщо знадобиться, вирішити проблеми, що постали перед нею, шляхом імпровізації, без попередньої підготовки.

За останні роки інтерес науки і практики до проблеми креативності значно виріс, що обумовлено затребуваністю суспільством людини творчої, інтелектуально розвинутої, з умінням швидко навчатися та адаптуватися до ситуацій, які постійно змінюються; здатною до вирішення творчих завдань, прийняття нестандартних рішень та пошуку оригінальних ідей тощо.

Серед способів активації внутрішніх резервів людини, найбільш дієвим представляється розкриття, розвиток і затвердження природної креативності життєутворюючої спрямованості – як генетичній даності, яка закладена в організмі і знаходиться в ньому спочатку.

Е. Торранс, прийшов до висновку, що при високому показнику IQ з'являється «інтелектуальний поріг», і тоді кореляція між рівнем інтелекту і виявленням креативності вже не просліджується. Окрім цього, було висловлено думку про залежність продуктивності розумової діяльності і розвитку інтелекту від чинників спадковості, особливостей характеру людини, а також від її внутрішнього психоемоційного стану [19].

Д. Guilford вивчав в структурі інтелекту домінуючий вплив двох типів мислення – конвергентного (вузькоспрямованого, що приводить до одного варіанту рішення) або дивергентного (різноспрямованого, що допускає декілька варіантів відповіді, що сповна може привести до несподіваних інноваційних результатів) [18].

Р. Стернберг стверджував, що компетентність – не просто володіння знаннями, але і можливість їх гнучкого вживання. Останнє залежить від аналітичних, творчих практичних навиків. Учений розробив теорію інтелекту, що приводить до досягнення успіху. Відповідно до цієї теорії інтелект, що забезпечує успіх – це здатність людини досягати успіху в житті, на рівні особистих стандартів, що задані. «Здатність досягати успіху залежить від уміння людини акумулювати свої сильні якості і коректувати або компенсувати свої слабкості за допомогою рівноваги аналітичних, творчих і практичних здібностей, щоб можна було адаптуватися до довкілля, формувати або змінювати його» [11].

Креативність в концепції А. Маслоу є найбільш універсальною людською характеристикою. Дослідник прийшов до висновку, що «максимальна творча самореалізація означає дійсне психічне здоров'я. Вчений на основі багаторічного вивчення групи людей, психологічно здорових, творчих, таких, що самоактуалізуються, склав опис рис, якими вони відрізняються від оточуючих» [8]. Цей перелік включає такі риси: краще, ніж у більшості, сприйняття дійсності; уміння відрізнити знання від незнання, факти від думок і істотне від другорядного; прийняття себе, інших людей і природи; підвищена здібність до безпосередніх емоційних реакцій; схильність до проблемного, об'єктивного мислення; потреба в усамітненні; особистісна автономія і опір зовнішнім впливам; свіжість сприйняття і багатство емоційних реакцій; схильність до переживання кульмінаційних, «пікових» станів; альтруїзм, здібність ідентифікуватися з людством як таким; сприятливі, дружні міжособистісні відносини; демократичний толерантний характер; великі творчі здібності; масштабність життєвих цілей, орієнтація на високі загальнозначущі соціальні цінності і віддалену часову перспективу.

Досліджуючи механізми розвитку креативності особистості, Л. Г. Пузеп визначає наступні структурні компоненти креативності особистості: креативні здібності, креативна мотивація, креативна спрямованість, креативна установка особистості, креативно-вольовий акт, креативна активність, рівень креативних домагань [12].

В. О. Моляко стверджує, що творчість забезпечує безкінечну варіативність досягнень в одній і тій же діяльності та створює нішу для особистісного росту кожній людині [9].

На думку І. С. Кона, у процесах самоврядування, саморегуляції та завдяки ним, формуються і реалізуються творчі потенції людини. Самостійність, на його думку, має на увазі незалежність, свободу від зовнішнього примушення, уміння і бажання жити своїм розумом, постояти за себе. Етична сила і масштаб людської особистості визначаються, в першу чергу, її почуттям відповідальності, причому не тільки за себе, але і за інших. Відмова від відповідальності рівносильна відмові від свободи, капітуляції перед зовнішніми силами. Чим демократичніші механізми управління, чим ширше коло людей, що беруть активну участь в ньому, тим глибше їх почуття відповідальності [7].

Поняття «креативного мислення», на нашу думку, невіддільне від понять самостійності і відповідальності за власні рішення та дії [15].

З наших бесід з лідерами бізнесу, топ-менеджерами і спостережень за ними в типових ситуаціях бізнес-діяльності стає ясно, що вони зазвичай володіють вищою самоповагою і відчуттям упевненості в собі, відповідальні за власні рішення та дії, більш самостійні і менш навіювані, порівняно із пересічними учасниками бізнес-діяльності [16].

Результати експериментальних досліджень відповідальності в різноманітних життєвих ситуаціях дозволили К. Муздибаєву стверджувати, що самостійність розв'язує ініціативу, породжує творчу активність, сприяє гнучкому плануванню і координації, підвищує відповідальність суб'єктів [10].

Методи розвитку креативного мислення менеджерів, креативного потенціалу особистості в бізнесі представлені в роботах наступних авторів: інновації як основний аспект маркетингу (Т. Амблер); ефективні методи подолання бар'єрів креативності (А. Гогац, Р. Мондехар); концепція творчої самоактуалізації (А. Маслоу); способи активації підсвідомості (Д. Кехо); дослідження розвитку неявних знань у кар'єрі менеджерів (У. Уі-

льямс, Р. Стернберг); психологія успішності особистості в бізнесі (Т. П. Чернявська) і інші.

Уявлення А. Маслоу про особистостей, що самоактуалізуються, знаходять певне емпіричне підтвердження і в результатах наших досліджень психології успіху особистості в бізнесі, особливо щодо взаємозв'язку креативного потенціалу, когнітивного стилю і ціннісних орієнтацій, масштабу і рівня успішності професійної діяльності лідерів бізнесу [16].

На думку багатьох бізнесменів, що ми опитували, цілеспрямована інтуїція є важливим інструментом при вирішенні складних проблем.

Д. Кехо помічає, що натхнення, молитва і інтуїція не є чимось надприродним, а підкоряються законам, які можуть бути відкриті і застосовані волею людини. Автор говорить, що прислухаючись до свого внутрішнього голосу, людина ухвалює найправильніші рішення, висуває найбільш творчі ідеї і глибше дивиться на речі, знаходячи найкоротший шлях від усвідомлення свого бажання до його реалізації. На його думку, люди, які завжди виявляються в потрібний час в потрібному місці і яким з вражаючою частотою везе в житті, - не просто щасливчики. Вони розвинули в собі інтуїцію, яка підказує, що і коли робити. Дослідник стверджує, що інтуїція дозволяє їм ставити під сумнів те, що здається очевидним, відкриваючи нові можливості [6].

Т. Амблер стверджує, що в бізнесі інновації – більше, ніж творчість; це його комерційна реалізація. Автор говорить, що творчі ідеї володіють власною цінністю, але основна проблема – це шлях від ідеї до отримання прибутку. На його думку, менеджери повинні організувати і раціоналізувати процес впровадження інновацій. Цей процес включає не просто перетворення нових ідей в прибуток, а формування корпоративної культури змін. Нововведення повинні не просто дозволятися, вони повинні бути нормою компанії – скрізь і для всіх [1].

У. Уільямс і Р. Стернберг досліджували розвиток неявних знань у кар'єрі менеджерів. Вони виявили, що ці знання диференційовано співвідносяться з досягненням успіху. Дані висновки були

отримані шляхом порівняння відповідей процвітаючих і посередніх менеджерів, що задіяні на різних рівнях управління. Респонденти оцінювалися на основі переліку неявних знань, спеціально складеного з врахуванням специфіки кожного менеджерського рівня. Із сфери, що пов'язана із самою особистістю індивіда, обізнаність про те, як шукати, творити і отримувати задоволення, набагато важливіше для керівників вищого рівня, чим середньої і нижчої ланки. Уміння підтримувати відповідний масштаб контролю більш значиме на вищих рівнях менеджменту. Знання про самомотивацію, самоуправління, самосвідомість і самоорганізацію порівнянні по важливості відносно нижчого і середнього рівнів і помітно значиміші стосовно вищого. Нарешті, знання про те, як можна виконати певне завдання, і про ефективну роботу у сфері бізнесу виявляються важливішими для менеджерів вищої ланки в порівнянні з фахівцями середнього рівня і помітно значимішими для останніх в зіставленні з нижчою управлінською ланкою. Якщо розглянути сферу неявних знань, пов'язаних з міжособистісними стосунками, то уміння впливати на інших і управління ними необхідне всім менеджерам, особливо вищого рівня. Здатність підтримувати, співробітничати і розуміти інших надзвичайно значима для керівників вищої ланки, істотна для керівників середньої і досить важлива для нижчої ланки [11].

Застосування креативного мислення підвищує ефективність управлінської діяльності менеджерів. Використання креативного підходу в менеджменті забезпечує конкурентоспроможність підприємств особисто в умовах непостійності і несподіванки змін ділового життя.

Фірма змушені кардинально удосконалювати діяльність не лише із-за конкуренції і заради прибутку, але просто заради виживання.

Як показує мій багаторічний досвід сертифікованого тренера (Центр сприяння бізнесу «ІНТМАР», Менеджмент Тренінг Центр «Баварського дому»), організаційного консультування на виробничих і торговельних підприємствах Одеси (ТОВ «АЙСБЕРГ» Лтд, ВАТ «Одеський коровай», Українська торговельна компанія,

ЗАТ «ОЗОМ», ПП «Норма» і ін.), формування готовності керівників вищої і середньої ланки генерувати, упроваджувати зміни і управляти ними підвищує ефективність діяльності підприємств. Формуванню готовності до змін сприяють консалтингова і тренінгова робота з розвитку креативності управлінського персоналу [14-16].

Наші дослідження показують, що сучасні тенденції професійної управлінської діяльності: домінування не раціонально-прагматичних аспектів управління, а соціально-психологічних аспектів, особистісних компонентів діяльності; здатність здійснення безперервного спілкування, орієнтованого на передачу управлінської інформації, здобуття і обробку зворотного зв'язку та зворотної інформації; знання основ та технологій менеджменту, які сприяють підвищенню ефективності та результативності діяльності організації і рівня задоволеності працівників працею, формуванню відчуття причетності до роботи компанії [16].

Креативність в бізнесі – це привнесення в бізнес нових ідей, комбінування, конструювання, експериментальна апробація і запуск нових рішень, інновації. Бізнес-креативність виявляється за допомогою освоєння нових технологій створення продукції, надання послуг, виконання робіт, споживання благ, інноваційної діяльності суб'єктів бізнесу, нових способів подання об'єктів бізнесу, а також нових прийомів конкурентної поведінки.

Від професійної майстерності і особистісних якостей суб'єктів бізнес-діяльності багато в чому залежить їх особиста ефективність і успішність. Креативне мислення менеджерів, інноваційна діяльність є ключовими чинниками ефективності і успішності бізнес-організації в цілому.

Креативність особистості в бізнес-діяльності – одна з головних умов успіху в створенні інноваційних продуктів і послуг. Без могутньої і безперервної притоки свіжих ідей організації не змогли б вистояти в конкурентній боротьбі і просто припинили б своє існування. Тому головне питання, відповідь на яке повинні знайти керівники компаній, – як отримати реальну користь з креативного потенціалу своїх співробітників і, розвинувши цей

потенціал, трансформувати його в інновації, здатні забезпечити компанії перевагу перед конкурентами.

Практика підтверджує, що вихід на високий рівень успішності в бізнесі блокується, в основному через: незнання психологічних механізмів розвитку креативності особистості; незнання основних методів і прийомів розвитку креативного мислення, інтуїції, гнучкості мислення і спілкування, асертивності, орієнтації на ефективність і якість.

Висновки та пропозиції. Таким чином, креативне мислення менеджерів можна розвивати, наприклад, за допомогою психологічного тренінгу інноваційного мислення, гнучкого мислення і спілкування, асертивної поведінки.

Основні шляхи розвитку креативного мислення менеджерів - є цілеспрямоване моделювання бізнес-ситуацій, при яких учасники тренінгу постійно стикаються: з необхідністю активно розширювати і застосовувати наявні знання, уміння і навички; з умовами, що вимагають від них прояву уяви, імпровізації, інтуїції, гнучкості мислення і спілкування, упевненості в собі, завзятості і наполегливості, орієнтації на ефективність і якість і тому подібне.

Список використаної літератури

1. Амблер Т. Практический маркетинг ; Пер. с англ. Санкт-Петербург : Издательство «Питер», 1999. 400 с.
2. Богоявленская Д. Б. Психология творческих способностей. Москва : ИЦ «Академия», 2002. 320 с.
3. Гогац А., Мондехар Р. Бизнес + креатив: Преодолеть невидимые барьеры ; пер. с англ. Минск : Гревцов Паблшер, 2007. 344 с.
4. Джадкин Р. Искусство креативного мышления ; пер с англ. Москва : Азбука Бизнес, Азбука-Аттикс. 2016. 432 с.
5. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности Санкт-Петербург : Питер, 2011. 448 с.
6. Кехо Д. Подсознание может все! ; Пер. с англ. 4-е изд. Минск : ООО «Попурри», 2002. 176 с.
7. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. Москва, 1984. 335 с.
8. Маслоу А. Г. Дальние пределы человеческой психики ; Пер. с англ. Санкт-Петербург : Издат. группа «Евразия», 1997. 430 с.
9. Моляко В. О. Психологічна проблема творчого потенціалу людини. *Наука і освіта*. 2007. № 4-5. С. 115–118.
10. Муздыбаев К. Психология ответственности. Ленинград : «НАУКА», 1983. 240 с.

11. Практический интеллект / Р. Дж. Стернберг, Дж. Б. Форсайт, Дж. Хедланд и др. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. 272 с.
12. Пузеп Л. Г. Психологические механизмы развития креативной личности: автореф. дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии». Красноярск, 2006. 23 с.
13. Роменец В. А. Психология творчості. Київ : Либідь, 2004. 288 с
14. Чернявська Т. П. Маркетингове мислення – психологічний механізм ефективного бізнесу. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2004. Вип. 16. С. 313-317.
15. Чернявська Т. П. Розвиток креативності суб'єктів бізнес-діяльності. *Наук. вісник Південно-укр. нац. пед. університету імені К.Д. Ушинського*. 2010. № 7. С. 57-64.
16. Чернявская Т. П. Психология успешности личности в бизнесе: [монография]. – Одесса: Астропринт, 2010. 288 с.
17. Barron F. Putting creativity to work In: Sternberg R., Tardif T. (eds.). *The nature of creativity*. Cambridge : Cambridge Press, 1988. Pp. 76-98.
18. Guilford J. P. Some misconceptions regarding the measurement of creative talent. *Journal of Creative Behaviour*. 1971. V. 5. Pp. 77-93.
19. Torrance E. P. Empirical validation of criterion referenced indicators of creative ability through a longitudinal study. *Creative Child and Adult Quarterly*. 1981. V. 6. Pp. 136-140.

Стаття надійшла 21.01.2021 року

Т. П. Чернявская,

доктор психологических наук, профессор
профессор кафедры дифференциальной и специальной психологии
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова
ул. Дворянская, 2, 65026, г. Одесса, Украина
e-mail: chernyavskaya@onu.edu.ua

КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ МЕНЕДЖЕРОВ

В статье исследуется творческое мышление менеджеров и творческий потенциал человека. Установлено, что среди способов активации внутренних резервов человека наиболее эффективным является раскрытие, развитие и утверждение естественного творчества формируя жизнь ориентации как генетической данности, которая заложена в организме и изначально в нем. Выяснилось, что творчество человека в предпринимательской деятельности является одним из основных условий успеха в создании инновационных продуктов и услуг. Установлено, что творческое мышление руководителей может развиваться, например, путем психологической подготовки инновационного мышления, гибкого мышления и общения, асертивного поведения. Даны основные пути развития творческого мышления руководителей, а именно целенаправленное моделирование бизнес-ситуаций, в кото-

рых участники тренинга постоянно сталкиваются с необходимостью применения существующих знаний, навыков и способностей.

Ключевые слова: креативность; креативное мышление; креативный потенциал; личность; бизнес-деятельность.

T. P. Cherniavska,

Doctor of Psychological Sciences, professor

Professor of the Department of Differential and Special Psychology
of Odessa I. I. Mechnikov National University

2, Dvorianska str., Odessa, 65026, Ukraine

e-mail: chernyavskaya@onu.edu.ua

CREATIVE THINKING OF MANAGERS

The article explores the creative thinking of managers and the creativity of the person. It has been established that among the ways of activating the internal reserves of a person the most effective is the disclosure, development and approval of natural creativity forming the life of orientation as a genetic given, which is embedded in the body and initially in it. It has been established that creative thinking of managers can develop, for example, by psychological training of innovative thinking, flexible thinking and communication, assertive behavior. The main ways of developing the creative thinking of managers are given, namely, purposeful modeling of business situations, in which participants of training are constantly faced with the need to apply existing knowledge, skills and abilities, with conditions requiring them to show imagination, improvisation, intuition, flexibility of thinking and communication, self-confidence, perseverance and perseverance, focus on efficiency and quality and the like.

Key words: creativity; creative thinking; creative potential; personality; business activities.

References

1. Ambler, T. (1999). Prakticheskij marketing [Practical marketing]. Sankt-Peterburg : Izdatel'stvo «Piter». [in Russian].
2. Bogoyavlenskaya, D. B. (2002). Psihologiya tvorcheskikh sposobnosti [The psychology of creativity]. Moskva : IC «Akademiyia». [in Russian].
3. Gogats, A. (2007). Biznes + kreativ: Preodolet nevidimye barery [Business + Creativity: Overcome Invisible Barriers]. Minsk : Grevtsov Publisher. [in Russian].
4. Judkins, R. (2016). Iskusstvo kreativnogo myshleniya [The Art of Creative Thinking]. Moskva : Azbuka Biznes, Azbuka-Attiks. [in Russian].
5. Ilin, E. P. (2011). Psihologiya tvorchestva, kreativnosti, odarenosti [Psychology of creativity, creativity, talent]. Sankt-Peterburg : Piter. [in Russian].
6. Kekho, J. (2002). Podsoznanie mozhet vse! [The subconscious can do anything!] Minsk : OOO «Popurri». [in Russian].
7. Kon, I. S. (1984). V poiskakh sebja: Lichnost i ee samosoznanie [In Search of Your-

- self: Personality and Her Self-Awareness]. Moskva. [in Russian].
8. Maslou, A. H. (1997). Dalnie predely chelovecheskoi psikhiki [The far limits of the human psyche]. Sankt-Peterburg : Izdat. gruppa «Evraziia». [in Russian].
 9. Moliako, V. O. (2007). Psykholohichna problema tvorchoho potentsialu liudyny [Psychological problem of a person's creative potential]. *Nauka i osvita. – Science and education*, 4-5, pp. 115-118. [in Ukrainian].
 10. Muzdybaev, K. (1983). Psihologiya otvetstvennosti [The Psychology of Responsibility]. Leningrad: NAUKA. [in Russian].
 11. Sternberg, R. Dzh., Forsait, Dzh. B. & Hedlandetts, Dzh. et al. (2002). Prakticheskii intellekt [Practical intelligence]. Sankt-Peterburg : Piter. [in Russian].
 12. Puzep, L. G. (2006). Psihologicheskie mekhanizmy razvitiya kreativnoj lichnosti [Psychological mechanisms of creative personality development]. *Candidate's thesis*. Krasnoiarsk. [in Russian].
 13. Romenets, V. A. (2004). Psykholohiia tvorchosti [Psychology of creativity]. Kyiv: Lybid. [in Ukrainian].
 14. Cherniavska, T. P. (2004). Marketynhove myslennia – psykholohichniy mekhanizm efektyvnoho biznesu [Marketing thinking – psychological mechanism of effective business]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – Bulletin of Socio-Economic Research*, 16, pp. 313-317 [in Ukrainian].
 15. Cherniavska, T. P. (2010). Rozvytok kreatyvnosti subiektiv biznes-diialnosti [Development of creativity of business entities]. *Nauk. visnyk Pivdenno-ukr. nats. ped. universytetu imeni K.D. Ushynskoho. – Sciences. Scientific Bulletin of South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky*, 7, pp. 57-64. [in Ukrainian].
 16. Chernyavskaya, T. P. (2010). Psihologiiia uspeshnosti lichnosti v biznese: monografiia [The psychology of personal success in business : monograph]. Odessa: Astroprint. [in Russian].
 17. Barron, F. (1988). Putting creativity to work In: Sternberg R., Tardif T. (eds.). *The nature of creativity*. Cambridge: Cambridge Press. Pp. 76-98.
 18. Guilford, J. P. (1971). Some misconceptions regarding the measurement of creative talent. *Journal of Creative Behaviour*; Vol. 5, pp. 77-93.
 19. Torrance, E. P. (1981). Empirical validation of criterion referenced indicators of creative ability through a longitudinal study. *Creative Child and Adult Quarterly*, Vol. 6, pp. 136-140.