



УДК 378.014.6:005.7:37.015.3

[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-11\(51\)-318-330](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-11(51)-318-330)

**Василик Наталія Михайлівна** кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, <https://orcid.org/0000-0001-6114-0953>.

## УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КРЕАТИВНОЇ ОСВІТИ В ЗВО

**Анотація.** У статті досліджено теоретичні та організаційно-управлінські засади розвитку креативної освіти у закладах вищої освіти в умовах трансформації ринку праці та переходу до економіки знань. Обґрунтовано зростання значення креативності, оригінальності та здатності до ініціативи як ключових навичок сучасного фахівця згідно з прогнозами Всесвітнього економічного форуму. Розкрито сутність креативної освіти як інноваційної педагогічної системи, що орієнтована на формування здатності генерувати нові ідеї, мислити нестандартно, працювати в умовах невизначеності та реалізовувати творчі рішення в професійній діяльності. Виділено кілька взаємодоповнюючих підходів до розуміння креативної освіти: педагогічно-методичний, когнітивно-психологічний, соціокультурний та системний, інструментальний та технологічний. Представлено модель управління розвитком креативної освіти, що включає стратегічний, організаційно-структурний, процесуальний та оцінно-аналітичний рівні.

Запропоновано механізм управління розвитком креативної освіти у ЗВО, який охоплює процеси діагностики потреб ринку, модернізації освітніх програм, розвитку інфраструктури креативності, професійного розвитку викладачів, налагодження партнерств з бізнесом та креативними індустріями, запровадження мотиваційних інструментів, а також формування системи зворотного зв'язку та коригування освітніх практик. Наведено приклади впровадження креативної освіти у провідних університетах України та світу. Зроблено висновок про важливість системного управління, стратегічної підтримки інновацій та партнерської взаємодії із зовнішніми стейкхолдерами для забезпечення формування покоління фахівців, здатних до креативної та інноваційної діяльності.

**Ключові слова:** креативність, креативна освіта, заклад вищої освіти, управління розвитком креативної освіти в ЗВО, модель управління, механізм управління.

**Vasilik Natalia Mykhailivna** Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Lutsk National Technical University, Lutsk, <https://orcid.org/0000-0001-6114-0953>.



## MANAGEMENT OF CREATIVE EDUCATION DEVELOPMENT IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

**Abstract.** The article examines the theoretical and organizational-management foundations for the development of creative education in higher education institutions in the context of labor market transformation and the transition to the knowledge-based economy. The growing importance of creativity, originality, and initiative as key competencies of modern professionals, in accordance with the forecasts of the World Economic Forum, is substantiated. Creative education is interpreted as an innovative pedagogical system aimed at fostering the ability to generate new ideas, think nonlinearly, operate in conditions of uncertainty, and implement creative solutions in professional activities. Several complementary approaches to understanding creative education are highlighted, including pedagogical-methodological, cognitive-psychological, sociocultural, systemic, instrumental, and technological perspectives. A model for managing the development of creative education is presented, which includes strategic, organizational-structural, process-based, and evaluation-analytical levels.

A mechanism for managing the development of creative education in higher education institutions is proposed. It encompasses needs diagnosis, modernization of educational programs, development of creative infrastructure, professional training of academic staff, strengthening partnerships with business and creative industries, implementation of motivational instruments, and establishing a system of feedback and continuous improvement. Examples of implementing creative education in leading universities in Ukraine and worldwide are provided. The study concludes that systematic management, strategic support for innovation, and partnership-based interaction with external stakeholders are essential for preparing a new generation of professionals capable of creative and innovative activity.

**Keywords:** creativity; creative education; higher education institution; management of creative education development; management model; management mechanism.

**Постановка проблеми.** Сучасні трансформації у сфері освіти, пов'язані з переходом до економіки знань та цифровізацією суспільства, актуалізують потребу у підготовці фахівців, здатних генерувати нові ідеї, критично та креативно мислити і діяти інноваційно. У цих умовах креативна освіта стає одним із ключових напрямів розвитку закладів вищої освіти, оскільки забезпечує формування у здобувачів компетентностей, необхідних для роботи в динамічному професійному середовищі.

Актуальність теми підтверджується і тим, згідно з даними Всесвітнього економічного форуму, навичка «креативність, оригінальність та ініціативність» за останнє десятиліття суттєво змінила своє місце у структурі професійних компетентностей: якщо у 2016 р. вона посідала 10 місце, то у 2020 р. – піднялася до 5 місця, а у прогнозі на 2027 р. входить до групи ключових когнітивних





навичок і розміщується серед провідних (2–3 місце), що свідчить про її визначальне значення в умовах креативної економіки [1]. І, в більшості випадків, саме ЗВО є тим основним джерелом та середовищем здобуття даних навичок.

Розвиток креативної освіти в ЗВО передбачає зміну традиційних підходів до організації освітнього процесу, інтеграцію проектно-орієнтованих методик, міждисциплінарність та створення відкритого освітнього креативного середовища, що сприяє співпраці та самореалізації. Для закладів вищої освіти, зокрема Луцького національного технічного університету, це є стратегічним завданням, оскільки впровадження креативно-інноваційних підходів сприяє підвищенню конкурентоспроможності університету, зміцненню його зв'язків із бізнесом та креативними індустріями регіону. Тому управління розвитком креативної освіти в ЗВО має ґрунтуватися на стратегічному підході, що охоплює методичні, організаційні та комунікаційні аспекти діяльності університету та визначає умови для підвищення якості підготовки майбутніх фахівців.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження питань розвитку креативної освіти у закладах вищої освіти ґрунтується на міждисциплінарному підході, що охоплює педагогіку, психологію творчості, теорію інновацій та організаційний менеджмент. Значний внесок у теоретичне осмислення природи креативності зробили зарубіжні науковці. Зокрема, М. Чіксентмігаї (Mihaly Csikszentmihalyi) [2] розробив концепцію «поток» (flow) та системну модель креативності, у якій творчість розглядається як результат взаємодії індивіда, соціального середовища та культури. Ці положення стали основою для подальших досліджень освітнього процесу як середовища, здатного стимулювати або, навпаки, блокувати творчий розвиток студента.

Т. Амабілі (Teresa M. Amabile) [3] у своїх працях обґрунтовує, що креативність є результатом поєднання індивідуальних здібностей, внутрішньої мотивації та підтримуючого середовища, що робить її концепцію надзвичайно важливою для конструювання освітніх моделей у ЗВО. Її дослідження підкреслюють необхідність формування такої освітньої атмосфери, де здобувач має можливість експериментувати, помилятися і переосмислювати досвід.

Е. де Боно (Edward de Bono) [4] запропонував практичні методики латерального мислення, які широко застосовуються в освітніх технологіях, зокрема у тренінгах і практико-орієнтованих заняттях. Своєю чергою, К. Робінсон (Ken Robinson) [5] привернув глобальну увагу до проблеми недостатньої гнучкості традиційної освіти та необхідності її переорієнтації на розвиток творчості. Його критика традиційних підходів стала важливим аргументом у користь реформування освітніх програм у напрямі креативності.

Серед сучасних теоретиків креативності особливої уваги заслуговують Дж. Кауфман та Р. Бегетто (James C. Kaufman & Ronald Beghetto) [6], які запропонували модель «Four-C Creativity» (креативність як повсякденна, навчальна, професійна і видатна), що дозволяє структурувати питання розвитку творчих компетентностей здобувачів у межах освітнього процесу.



В українській науковій традиції питання формування креативних якостей особистості розглядаються як у рамках загальної педагогіки, так і в контексті вищої освіти.

І. П. Дроздова [7] досліджує методики розвитку креативності у здобувачів, акцентуючи на важливості інтерактивних та проблемно-орієнтованих технологій. Н. Вовчаста [8] та співавтори аналізують практичні інструменти формування креативного мислення у здобувачів вищої освіти, описуючи як організаційні, так і дидактичні умови.

Також, у сучасних дослідженнях розвиток креативної освіти у ЗВО розглядається крізь призму формування інноваційної культури особистості, організації творчого освітнього середовища та впровадження активних методик навчання. Так, Т. М. Оболенська і Г. М. Масик [9] визначають креативну освіту як інструмент розвитку інноваційної культури, підкреслюючи важливість створення умов для самореалізації студентів і підтримки їх внутрішньої мотивації.

В. В. Ковальчук [10] акцентує на ролі креативного освітнього середовища ЗВО, що забезпечується через інтерактивні методи навчання, міждисциплінарні проекти та партнерства з бізнесом. Автор наголошує на зміні ролі викладача на фасилітатора навчання.

У роботі Л. В. Лебедик [11] розкрито потребу підготовки студентів до креативної економіки, де ключовими стають інноваційність, гнучкість мислення та командна взаємодія. Тому освітні програми мають сприяти формуванню практичного творчого досвіду.

Н. П. Мазур та Ю. М. Кравець [12] доводять, що проектно-орієнтоване навчання ефективно розвиває креативність, сприяє формуванню самостійності та здатності застосовувати знання у нових ситуаціях.

Таким чином, науковці підтримують перехід від репродуктивних моделей навчання до інноваційних, студентоцентричних підходів, що визначає необхідність системного управління розвитком креативної освіти у ЗВО.

Разом з тим, наприклад звіти British Council [13] щодо розвитку підприємницької та креативної освіти в Україні, підкреслюють зростання ролі ЗВО як фактору підтримки креативних індустрій та інноваційних екосистем. Вони вказують на потребу інтеграції університетів з бізнесом, культурним сектором та технологічними кластерами, що є важливою умовою ефективного розвитку креативної освіти.

Таким чином, попередні дослідження підтверджують, що креативна освіта є складним багатовимірним явищем, яке вимагає системного управління, міждисциплінарної взаємодії та сприятливого освітнього середовища. Проте, питання організаційно-управлінських механізмів розвитку креативної освіти в українських ЗВО, зокрема на прикладі Луцького національного технічного університету, потребує подальшого поглибленого опрацювання, що визначає актуальність даного дослідження.





**Мета статті.** Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та розроблення організаційно-управлінського механізму розвитку креативної освіти у закладі вищої освіти.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасні трансформації ринку праці та суспільного розвитку висувають вимогу до закладів вищої освіти не лише передавати знання, а й формувати здатність до творчого мислення та інноваційної діяльності. Зростання ролі креативної економіки зумовлює потребу в підготовці фахівців, які вміють генерувати оригінальні ідеї, приймати нестандартні рішення та працювати у ситуаціях невизначеності. У цьому контексті креативна освіта стає ключовим напрямом оновлення освітнього процесу у ЗВО. Вона орієнтована на розвиток творчого потенціалу здобувача освіти через активні, проєктні, дослідницькі та міждисциплінарні форми навчання. Розкриття сутності креативної освіти дозволяє визначити її місце в структурі сучасної вищої освіти та обґрунтувати шляхи її ефективного впровадження.

На нашу думку, креативна освіта – це цілеспрямований освітній процес і організаційна система, спрямовані на формування в учнів і здобувачів вищої освіти здатностей генерувати нові ідеї, мислити нестандартно, застосовувати міждисциплінарні підходи та реалізовувати інноваційні рішення у практичній діяльності.

Вона поєднує розвиток особистісних якостей (творча ініціатива, ризик, толерантність, гнучкість мислення) з розвитком методичної та техно-логічної платформи, що дозволяє перетворювати ідеї у продукти, послуги чи культурні практики. Ця сутність відображена в міжнародних підходах, що наголошують на необхідності впровадження креативних компетентностей у формальні програми освіти та створенні інклюзивного освітнього середовища для експерименту й співтворчості.

На основі вивчення науково-методичних джерел, можна виділити кілька взаємодоповнюючих підходів до розуміння креативної освіти:

1. Педагогічно-методичний (навчання для креативності / навчання творчо) – два відомі напрями: *“teaching for creativity”* (цілеспрямоване формування творчого мислення) і *“teaching creatively”* (викладання, що використовує творчі підходи для підвищення якості навчання). Цю дистинкцію сформулювали британські дослідження в кінці ХХ ст. і вона досі впливає на проєктування курсів та програм.

2. Когнітивно-психологічний – креативність трактують як набір мисленнєвих операцій (генерація ідей, комбінування знань, перебудова схем) та як компетентність, що розвивається через практику проблемно-орієнтованого навчання, проєктну роботу та стимулювання метакогнітивних стратегій. Академічні огляди підкреслюють, що освітнє середовище має моделювати умови, у яких виникають оригінальні ідеї (вільний обмін, помилки як ресурс, міждисциплінарність).



3. Соціокультурний та системний – креативна освіта розглядається як частина ширшої екосистеми (університет – регіон – індустрія – культура), де важливі не лише індивідуальні навички, а й інституційні механізми (хаби, FabLab, партнерства з бізнесом, політики підтримки творчих індустрій). Цей підхід підкреслює роль інфраструктури та політики в мобілізації креативного потенціалу.

4. Інструментальний / технологічний – увага зосереджується на інструментах і методиках (дизайн-мислення, TRIZ, гейміфікація, VR/AR, цифрові платформи для спільної роботи), які забезпечують практичний розвиток творчих навичок у формальних і неформальних форматах.

Комбінування цих підходів дає змогу визначити креативну освіту як мультидисциплінарний феномен, що включає: цільові компетентності, педагогічні практики, інституційну інфраструктуру та зовнішні зв'язки із суспільством і ринком праці.

Креативна освіта в Україні поступово розвивається і набуває все більшої значущості в освітньому просторі, економіці країні (особливо у креативній економіці) та суспільстві вцілому.

Останні роки в Україні зростає увага до взаємозв'язку освіти та креативної економіки: з'являються аналітичні звіти та рекомендації (наприклад, дослідження Британської Ради щодо підприємницької освіти в креативних індустріях), які фіксують потребу реформування освітніх програм, інтеграції компетенцій для креативних професій та поглиблення співпраці між ЗВО і креативними секторами [13].

В університетах створюються бізнес-інноваційні центри, центри підтримки технологій і інновацій (TISC), FabLab-и, хаби та стартап-платформи (як приклад – Луцький НТУ має Бізнес-інноваційний центр і TISC, що формують локальну інфраструктуру для генерації ідей і комерціалізації розробок) [14]. Такі підрозділи слугують містком між академічним середовищем і ринком, сприяючи практичній реалізації творчих проєктів студентів і викладачів.

В університетах запроваджують проєктне навчання, дизайн-думання, міждисциплінарні курси та практикуми, а також формуються партнерства з бізнесом і креативними організаціями. Водночас масштабність і системність таких змін різняться між регіонами і закладами: десь це точкові ініціативи, десь – частина стратегії університету [15].

Українська система зустрічає низку перешкод: нестача фінансування для інфраструктурних проєктів, потреба у підготовці викладачів до методик розвитку креативності, фрагментованість політик підтримки креативних індустрій, а також наслідки війни, що вплинули на культурно-креативний сектор і інноваційні екосистеми (зафіксовано відчутне падіння показників у деяких міжнародних індексах креативної продуктивності країни). Це ускладнює масштабне й узгоджене впровадження креативної освіти на національному рівні [16].



Незважаючи на проблеми, є кілька позитивних трендів: зростання програм міжнародної підтримки (проекти WIPO, Creative Economy programme British Council, Creative Europe programme, Creative Spark: Higher Education Enterprise Programme, Higher Education Reimagined: Innovation, Creativity and Digital Tools for Educators, UNESCO Creative Projects in Ukraine), поява ініціатив з підтримки стартапів та комерціалізації (у т.ч. в ЛНТУ), а також підвищений інтерес роботодавців до креативних компетенцій – усе це створює потенціал для прискореного розвитку креативної освіти за умови системного менеджменту та спрямованих інвестицій.

Управління розвитком креативної освіти в ЗВО доцільно розглядати як багаторівневу систему, що охоплює стратегічний, організаційно-структурний, процесуальний та оцінно-аналітичний рівні.

Така система повинна забезпечувати сталість інноваційних змін, їх інституціалізацію та інтеграцію у всі елементи діяльності університету. Охарактеризуємо ключові рівні моделі управління розвитком креативної освіти в ЗВО (табл. 1).

Таблиця 1

**Рівні управління розвитком креативної освіти в закладі вищої освіти**

Рівень управління	Характеристика рівня	Суб'єкти реалізації
Стратегічний рівень	Визначає ціннісні орієнтири, місію та стратегічні цілі розвитку креативної освіти у ЗВО. Формуються політики підтримки інновацій, партнерств з бізнесом та креативними індустріями, програми мобільності та студентських ініціатив. Включається у Стратегію розвитку університету та плани факультетів.	Ректор; Вчена рада; Наглядова рада, Стратегічні ради/комісії; Декани факультетів; Департамент міжнародного співробітництва; Керівники проєктів розвитку, тощо.
Організаційно-структурний рівень	Спрямований на формування інфраструктури креативної діяльності: Центр креативної освіти, Бізнес-інноваційні центри, FabLab/лабораторії, бізнес-інкубатори, стартап-офіси, Центр педагогічних інновацій, тощо. Забезпечує взаємодію освітніх, наукових та підприємницьких структур університету як єдиної екосистеми.	Керівники структурних підрозділів; Центр креативної освіти; Бізнес-інноваційні центри; Бізнес-інкубатори; Інноваційні та стартап-центри; Завідувачі лабораторій; Центр педагогічних інновацій; Партнери з бізнесу та креативних індустрій, тощо



Рівень управління	Характеристика рівня	Суб'єкти реалізації
Процесуальний рівень	Зосереджений на впровадженні креативних методів навчання: проектно-орієнтоване та проблемно-орієнтоване навчання, дизайн-мислення, гейміфікація, хакатони, міждисциплінарні модулі. Студент виступає активним творцем освітнього продукту.	Завідувачі кафедр; Викладачі; Куратори/ментори; Гаранти освітніх програм; Керівники студентських проектів та наукових гуртків, Студентські наукові товариства; Студентське самоврядування, тощо.
Оцінно-аналітичний рівень	Оцінювання здійснюється за результатами творчих, кваліфікаційних і проектних робіт, командних кейсів, портфоліо, експертної зовнішньої оцінки, аналізу впровадження результатів у практику. Рівень забезпечує моніторинг і коригування розвитку креативної освіти.	Гаранти освітніх програм; Атестаційні та акредитаційні комісії; Завідувачі кафедр; Експертні групи НАЗЯВО; Партнери з бізнесу/індустрій; Керівники центрів якості освіти, тощо.

*Джерело: згруповано автором*

Отже, запропонована модель управління розвитком креативної освіти у ЗВО має багаторівневу структуру, що забезпечує цілісність і системність процесу. На стратегічному рівні визначаються цінності та напрями розвитку, що задають рамку для подальших управлінських рішень. Організаційно-структурний і процесуальний рівні забезпечують створення інноваційної освітньої екосистеми та впровадження креативних підходів у навчальний процес.

Оцінно-аналітичний рівень дозволяє здійснювати постійний моніторинг ефективності та коригувати стратегію розвитку, забезпечуючи сталий інституційний прогрес.

Механізм – це послідовність дій, важелів та інструментів, що забезпечують реалізацію моделі. Тому, важливим також є розробка та застосування механізму управління розвитком креативної освіти в ЗВО, що дозволяє узгодити стратегічні цілі університету з потребами ринку праці та сучасними світовими трендами підготовки конкурентоспроможних фахівців.

Він охоплює процеси діагностики потреб, модернізації освітніх програм, підготовки викладачів, формування креативного середовища та зовнішніх партнерств.

Важливим є також запровадження ефективного зворотного зв'язку, що забезпечує адаптивність і стійкість системи.

Представимо на рис. 1 ключові елементи механізму управління розвитком креативної освіти в ЗВО.

Реалізація механізму розвитку креативної освіти в ЗВО має відбуватися послідовно і циклічно. Спершу здійснюється діагностика та стратегічне планування, що дозволяє визначити потреби ринку праці та сформулювати бачення компетентнісного профілю випускника.

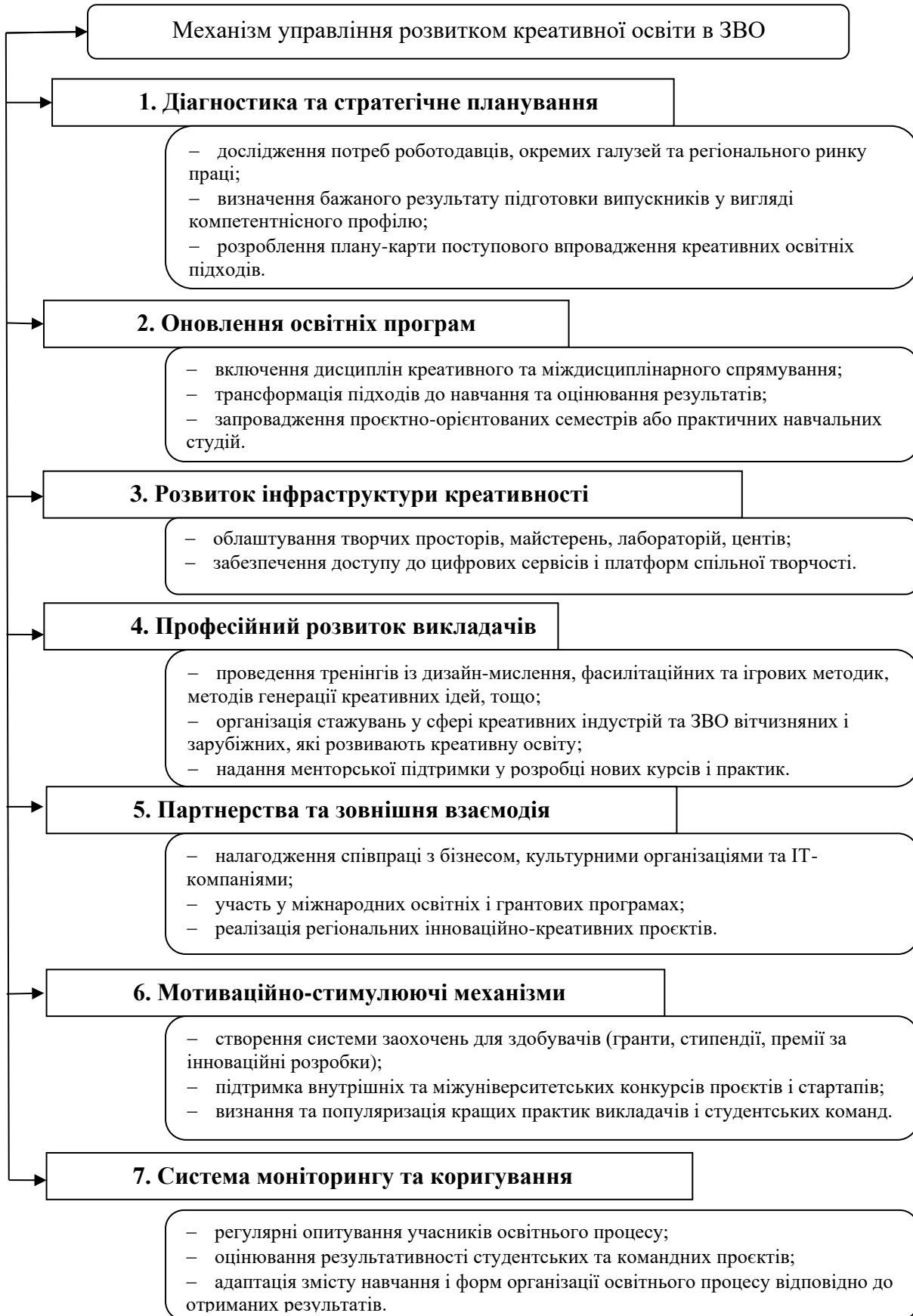


Рис. 1. Елементи механізму управління розвитком креативної освіти в ЗВО  
Джерело: згруповано автором



На основі цих рішень переходять до модернізації освітніх програм, де оновлюються зміст навчання та форми оцінювання. Далі забезпечується розвиток внутрішньої інфраструктури, яка створює умови для практичного застосування креативних підходів. Паралельно відбувається підготовка викладачів, що гарантує методичну відповідність новим підходам. Наступним кроком є розширення партнерств, які забезпечують доступ студентів до реальних проектів і професійних середовищ. Для підтримки залученості учасників впроваджується система мотивації, що стимулює творчу активність. Завершальним етапом є зворотний зв'язок і корекція, що дозволяє оновлювати модель відповідно до нових викликів і забезпечувати її сталий розвиток.

Таким чином, впровадження такого механізму сприяє перетворенню ЗВО на відкриту інноваційну платформу, що здатна відповідати викликам сучасності та формувати нове покоління творчих професіоналів.

Приклади управління розвитком креативної освіти у закладах вищої освіти України та світу демонструють різноманітність моделей і практик, проте їх поєднує орієнтація на проєктність, міждисциплінарність та партнерства. У Луцькому національному технічному університеті (ЛНТУ) розвиток креативної освіти здійснюється через стартап-культуру та проєктні студії, що підтримуються Бізнес-інноваційним центром та співпрацею з стейкхолдерами регіону. У Київському національному університеті імені Тараса Шевченка поширені міждисциплінарні програми та курси з критичного й дизайн-мислення, які підсилюються політикою академічної автономії кафедр і залученням міжнародних експертів. Львівська політехніка формує систему креативної освіти через Tech StartUp School, FabLab і мережу інноваційних хабів, керованих бізнес-інкубаторами. Києво-Могилянська академія дотримується принципів студентоцентричності та дослідницького навчання, створюючи умови для самостійного генерування ідей. В Українській академії лідерства домінує проєктно-ціннісний підхід із розвитком командної творчості та наставництва.

Серед провідних світових моделей, Aalto University (Фінляндія) реалізує інтеграцію дизайну, бізнесу та технологій через спільні робочі студії, а MIT Media Lab (США) забезпечує навчання через експериментування та інноваційне прототипування. University of Arts London поєднує креативні дисципліни з підприємництвом, тоді як Politecnico di Milano впроваджує дизайн-мислення у технічну освіту та інженерні проєкти. Hanze University (Нідерланди) організовує навчання на основі партнерських кейсів з бізнесом та міськими спільнотами. Гарвардський університет (Harvard University, США) розвиває креативність через Harvard Innovation Labs, програму Design Thinking @ Harvard, курси з лідерства та підприємництва, що поєднують дослідження, бізнес-моделювання та творчі експерименти. Управління здійснюється через систему інституційної підтримки стартапів, менторства та гнучких освітніх траєкторій. Оксфордський університет (University of Oxford, Велика Британія) реалізує креативну освіту в межах Oxford Foundry, а також через міждисциплінарні колегіальні навчальні





формати та дослідницькі лабораторії, де студенти працюють у командах над реальними соціальними та технологічними викликами. Управлінський акцент спрямований на автономію кафедр, менторські мережі та партнерства з глобальними індустріями. Таким чином, розвиток креативної освіти є результатом цілеспрямованих управлінських рішень, структурної підтримки інновацій та активної взаємодії університетів з внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами.

**Висновки.** Розвиток креативної освіти у закладах вищої освіти є ключовою умовою підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних діяти в умовах динамічних соціально-економічних змін. Аналіз теоретичних підходів і практичних моделей свідчить, що креативна освіта базується на принципах міждисциплінарності, проектності, студентоцентричності та партнерської взаємодії із зовнішнім середовищем. Запропонована модель та механізм управління розвитком креативної освіти відображають необхідність системного поєднання стратегічного планування, модернізації освітніх програм, розвитку інфраструктури, підготовки викладачів і налагодження партнерств. Приклади українських і зарубіжних університетів підтверджують ефективність інтеграції творчих практик у навчальний процес і важливість створення інноваційних освітніх екосистем. Реалізація таких підходів сприятиме підвищенню якості освіти та формуванню здобувачів, здатних генерувати нові ідеї, створювати цінність і бути агентами розвитку суспільства.

#### **Література:**

1. World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023>.
2. Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. HarperCollins. URL: [https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-017-9085-7?utm\\_source=chatgpt.com](https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-017-9085-7?utm_source=chatgpt.com) SpringerLink+1.
3. Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. Westview Press / Harvard Business School publications. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=268>.
4. De Bono, E. (1977, 1990, 2024). *Lateral Thinking: Creativity Step by Step*. Harper & Row. URL: [https://www.google.com.ua/books/edition/Lateral\\_Thinking/v7dv3DASmSAC?hl=uk&gbpv=0](https://www.google.com.ua/books/edition/Lateral_Thinking/v7dv3DASmSAC?hl=uk&gbpv=0)
5. Robinson, K. (2006). *Do Schools Kill Creativity?* TED Talk (transcript/video). TED Conferences. URL: [https://www.ted.com/talks/sir\\_ken\\_robinson\\_do\\_schools\\_kill\\_creativity/transcript?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity/transcript?utm_source=chatgpt.com).
6. Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The Four-C Model of Creativity. *Review of General Psychology*. URL: [https://scispace.com/pdf/beyond-big-and-little-the-four-c-model-of-creativity-1ev858l3g5.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://scispace.com/pdf/beyond-big-and-little-the-four-c-model-of-creativity-1ev858l3g5.pdf?utm_source=chatgpt.com).
7. Дроздова, І. П. (2008). *Розвиток креативності як необхідної якості особистості професіонала у процесі навчання студентів ВТНЗ*. Науковий вісник ХДУ. С. 108–113.
8. Вовчача Н. ., Байрамова О. ., Чорна Г. В. Розвиток навичок креативного мислення у здобувачів вищої освіти. *Український педагогічний журнал*. 2022. № 1. С. 87-97. URL: <https://uej.undip.org.ua/index.php/journal/article/view/590/520>.
9. Оболенська, Т. М., & Масик, Г. М. (2020). Креативна освіта як інструмент формування інноваційної культури особистості. *Педагогіка і психологія*, 4(105), 45–52. URL: <https://doi.org/10.32405/2309-3935-2020-4-45-52>.



10. Ковальчук, В. В. (2021). Формування креативного освітнього середовища у ЗВО: теорія і практика. *Вища школа*, 9, 15–24. URL: <https://vshronline.com.ua/article/view/kovalchuk2021>.
11. Лебедик, Л. В. (2020). Підготовка студентів до діяльності в умовах креативної економіки. *Інноваційна педагогіка*, 25(1), 71–74. URL: <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/25-1.14>.
12. Мазур, Н. П., & Кравець, Ю. М. (2022). Проектно-орієнтоване навчання як основа розвитку креативності студентів. *Педагогічні науки: теорія і практика*, 2(36), 112–120. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/pnu/article/view/mazur2022>.
13. British Council (2022). *Підприємницька освіта в креативних індустріях в Україні* (звіт). URL: [britishcouncil.org.ua](http://britishcouncil.org.ua)
14. ЛНТУ. Бізнес-інноваційний центр. URL: [https://lntu.edu.ua/uk/diyalnist/naukova/biznes-innovaciyniy-centr?utm\\_source=chatgpt.com](https://lntu.edu.ua/uk/diyalnist/naukova/biznes-innovaciyniy-centr?utm_source=chatgpt.com).
15. Лисакова І. (2022). Стратегії освіти для креативного суспільства. *Вища освіта України: Теоретичний та науково-методичний часопис*. № 4. С. 21-28. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/46327>.
16. Поснова Т. В. (2024). Культурно-мистецька освіта як фактор формування креативного людського капіталу. *Освітня аналітика України. Розвиток людського капіталу*, № 4 (30). С. 59-72. URL: [https://science.iea.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/6\\_Posnova\\_430\\_2024\\_59-75.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://science.iea.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/6_Posnova_430_2024_59-75.pdf?utm_source=chatgpt.com).

#### References:

1. World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023>.
2. Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. HarperCollins. URL: [https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-017-9085-7?utm\\_source=chatgpt.com](https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-017-9085-7?utm_source=chatgpt.com) SpringerLink+1.
3. Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. Westview Press / Harvard Business School publications. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=268>.
4. De Bono, E. (1977, 1990, 2024). *Lateral Thinking: Creativity Step by Step*. Harper & Row. URL: [https://www.google.com.ua/books/edition/Lateral\\_Thinking/v7dv3DASmSAC?hl=uk&gbpv=0](https://www.google.com.ua/books/edition/Lateral_Thinking/v7dv3DASmSAC?hl=uk&gbpv=0)
5. Robinson, K. (2006). *Do Schools Kill Creativity?* TED Talk (transcript/video). TED Conferences. URL: [https://www.ted.com/talks/sir\\_ken\\_robinson\\_do\\_schools\\_kill\\_creativity/transcript?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity/transcript?utm_source=chatgpt.com).
6. Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The Four-C Model of Creativity. *Review of General Psychology*. URL: [https://scispace.com/pdf/beyond-big-and-little-the-four-c-model-of-creativity-1ev85813g5.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://scispace.com/pdf/beyond-big-and-little-the-four-c-model-of-creativity-1ev85813g5.pdf?utm_source=chatgpt.com).
7. Drozdova, I. P. (2008). Rozvytok kreatyvnosti yak neobkhidnoi yakosti osobystosti profesionala u protsesi navchannia studentiv VTNZ [Development of creativity as a necessary quality of a professional personality in the process of teaching students of higher vocational schools]. *Naukovyi visnyk KHDU*, pp. 108–113. [in Ukrainian].
8. Vovchasta, N., Bairamova, O., & Chorna, H. V. (2022). Rozvytok navychok kreatyvnoho myslennia u zdobuvachiv vyshchoi osvity [Development of creative thinking skills in higher education students]. *Ukrainskyi pedahohichnyi zhurnal*, № 1, pp. 87–97. Retrieved from: <https://uej.undip.org.ua/index.php/journal/article/view/590/520>. [in Ukrainian].
9. Obolenska, T. M., & Masyk, H. M. (2020). Kreatyvna osvita yak instrument formuvannia innovatsiinoi kultury osobystosti [Creative education as a tool for shaping the innovative culture of





an individual]. *Pedagogika i psyholohiia*, 4(105), pp. 45–52. <https://doi.org/10.32405/2309-3935-2020-4-45-52>. [in Ukrainian].

10. Kovalchuk, V. V. (2021). Formuvannia kreatyvnoho osvitnoho seredovyshcha u ZVO: teoriia i praktyka [Formation of a creative educational environment in higher education institutions: theory and practice]. *Vyshcha shkola*, 9, pp. 15–24. Retrieved from: <https://vshronline.com.ua/article/view/kovalchuk2021>. [in Ukrainian].

11. Lebedyk, L. V. (2020). Pidhotovka studentiv do diialnosti v umovakh kreatyvnoi ekonomiky [Preparing students for professional activity in the context of the creative economy]. *Innovatsiina pedahohika*, 25(1), pp. 71–74. <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/25-1.14>. [in Ukrainian].

12. Mazur, N. P., & Kravets, Yu. M. (2022). Proiektno-orientovane navchannia yak osnova rozvytku kreatyvnosti studentiv [Project-based learning as the basis for developing student creativity]. *Pedahohichni nauky: teoriia i praktyka*, 2(36), pp. 112–120. Retrieved from: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/pnu/article/view/mazur2022>. [in Ukrainian].

13. British Council. (2022). Pidpriemnytska osvita v kreatyvnykh industriakh v Ukraini [Entrepreneurship education in creative industries in Ukraine]. Retrieved from: <https://www.britishcouncil.org.ua>. [in English/Ukrainian].

14. Lutsk National Technical University. Biznes-innovatsiinyi tsentr [Business Innovation Center]. Retrieved from: <https://lntu.edu.ua/uk/diyalnist/naukova/biznes-innovaciyniy-centr>. [in Ukrainian].

15. Lysakova, I. (2022). Stratehii osvity dlia kreatyvnoho suspilstva [Education strategies for a creative society]. *Vyshcha osvita Ukrainy*, № 4, pp. 21–28. Retrieved from: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/46327>. [in Ukrainian].

16. Posnova, T. V. (2024). Kulturno-mystetska osvita yak faktor formuvannia kreatyvnoho liudskoho kapitalu [Cultural and artistic education as a factor of forming creative human capital]. *Osvitnia analityka Ukrainy. Rozvytok liudskoho kapitalu*, № 4(30), pp. 59–72. Retrieved from: [https://science.iea.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/6\\_Posnova\\_430\\_2024\\_59-75.pdf](https://science.iea.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/6_Posnova_430_2024_59-75.pdf). [in Ukr].