

Szara, K.

Kapitał kreatywny w przedsiębiorstwie

Publikacja dotyczy zagadnień związanych z kapitałem kreatywnym w przedsiębiorstwie.

Wśród dostępnych w literaturze prac na temat znaczenia kapitału kreatywnego nie tylko w rozwoju regionalnym czy lokalnym, ale również w działalności gospodarczej przedsiębiorstw nadal poszukuje się odpowiedzi jak ten kapitał zmierzyć. Przemawia za tym powszechne użycie pojęcia „kreatywność” w praktyce i teorii życia społecznego i gospodarczego. Cecha ta stanowi podstawę kapitału kreatywnego, zaś za efekt działań kreatywnych w ekonomii przyjmuje się innowacje.

Nie wszystkie przedsiębiorstwa wykorzystują kreatywność, stąd analizą objęto te w których z definicji ona występuje tzn. przedsiębiorstwa przemysłów kreatywnych. Na uwagę zasługuje fakt, że przedsiębiorstwa zaliczane do tego sektora wnoszą coraz większy wkład w PKB.

Poszukując możliwości pomiaru kapitału kreatywnego wykorzystano teoretyczny model „4P” obejmujący: osobę, proces, środowisko, produkt, który stanowił podstawę dla autorskiej modyfikacji i opracowania wskaźnika kapitału kreatywnego.

Walorem pracy jest powiązanie problematyki kapitału kreatywnego z sektorem kreatywnym, co stanowi lukę badawczą głównie ze względu na identyfikację działań kreatywnych człowieka. Warto podkreślić potrzebę multidyscyplinarnych badań łączącą się w założeniu, że każda osoba jest potencjalnym przedstawicielem tego kapitału i źródłem kreatywności.

Wydawca: CeDeWu, Warszawa 2019