

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.12.73](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.12.73)

УДК 338

*Н. В. Бугас,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри управління та смарт-інновацій,  
Київський національний університет технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0002-5858-0285*

*А. Гутман,  
студент кафедри управління та смарт-інновацій,  
Київський національний університет технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0002-5430-2288*

## **ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ТНК НА РИНКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ**

*N. Buhas  
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management  
and Smart Innovation, Kyiv National University of Technologies and Design*

*A. Hutman  
Student of the Department of Management and Smart Innovation,  
Kyiv National University of Technologies and Design*

### **INNOVATIVE COMPONENT OF TNC ACTIVITIES IN THE MARKET OF CREATIVE INDUSTRIES**

*У даній статті розглянуто та досліджено економічні процеси в секторі креативної індустрії та можливості інновацій в умовах пандемії COVID-19. Актуальність даної теми полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку світової економіки перехід до економіки знань та інформаційного суспільства відбувається поступово, що потребує впровадження інновацій у всі галузі економіки. Креативна індустрія завжди використовувала інноваційні методи виробництва та виробляла інноваційні продукти для послуг. За сучасних умов це стає все більш актуальним і важливим.*

*Метою даної роботи є дослідження впливу інновацій на діяльність транснаціональних корпорацій на ринку креативної індустрії. Як відомо, в умовах глобальної пандемії, перш за все, однією з головних умов успішного управління будь-якою компанією є створення ефективної системи підтримки інновацій. У роботі досліджується вплив інноваційної складової на діяльність транснаціональних корпорацій на ринку креативної індустрії, теоретична аргументація та формулювання практичних рекомендацій щодо управління корпоративною інноваційною діяльністю. Розглянуто роль інновацій у формуванні конкурентоспроможності транснаціональних компаній. Наведено суттєву характеристику поняття «ринку креативної індустрії», описано його сучасне становище. Розкрито особливості інновацій на ринку креативної індустрії та охарактеризовано особливості ринкової діяльності підприємств у креативній індустрії. Проаналізовано особливості інноваційної діяльності компанії на ринку креативної індустрії та конкурентоспроможність підприємств сфери розваг. Висунуто перспективи розвитку інноваційної діяльності компанії в креативній індустрії та на ринку розваг. Одним із засобів визначення реакції на кризу є здійснення інвестиційної діяльності в інноваційній частині менеджменту розважальної компанії. Факти довели, що за сучасних умов одним із головних критеріїв успішного розвитку*

підприємства є його сталий розвиток, тому визначено, що необхідне лише активне впровадження інновацій, поступова конкурентна стратегія тощо. Доведено, що для запобігання негативним процесам у діяльності компанії найкраще виявляти ранні ознаки кризи, а також виявляти негативні явища, які призводять до руйнування діяльності на ранній стадії, що сприятиме збільшенню можливості сталий розвиток.

*This article examines and explores the economic processes in the creative industry sector and opportunities for innovation in the context of the COVID-19 pandemic. The relevance of this topic is that at the present stage of development of the world economy the transition to a knowledge economy and information society is gradual, which requires the introduction of innovations in all sectors of the economy. The creative industry has always used innovative production methods and produced innovative products for services. In modern conditions, this is becoming increasingly relevant and important.*

*The purpose of this work is to study the impact of innovation on the activities of multinational corporations in the creative industry market. As you know, in a global pandemic, first of all, one of the main conditions for successful management of any company is to create an effective system to support innovation. The paper examines the impact of the innovation component on the activities of transnational corporations in the creative industry market, theoretical argumentation and formulation of practical recommendations for the management of corporate innovation. The role of innovations in shaping the competitiveness of multinational companies is considered. The essential characteristic of the concept "the market of the creative industry" is resulted, its modern position is described. The peculiarities of innovations in the market of creative industry are revealed and the peculiarities of market activity of enterprises in creative industry are characterized. The peculiarities of the company's innovative activity in the market of the creative industry and the competitiveness of entertainment enterprises are analyzed. Prospects for the development of innovative activities of the company in the creative industry and the entertainment market. One of the means of determining the response to the crisis is the implementation of investment activities in the innovative part of the management of the entertainment company. The facts proved that in modern conditions one of the main criteria for successful development of the enterprise is its sustainable development, so it is determined that only the active introduction of innovations, a gradual competitive strategy and so on. It has been proven that in order to prevent negative processes in the company's activities, it is best to detect early signs of crisis, as well as to identify negative phenomena that lead to the destruction of activities at an early stage, which will increase the possibility of sustainable development.*

**Ключові слова:** інновації; конкурентоспроможність; інвестиції; транснаціональні компанії; креативна індустрія; державне регулювання; пандемія коронавірусу; фінансування.

**Key words:** innovations; competitiveness; investments; multinational companies; creative industry; state regulation; coronavirus pandemic; financing.

**Постановка проблеми.** Інновації та інвестиції в НДДКР відіграють надзвичайно важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємств або підтримці достатнього рівня, про що свідчить статистика лідерів транснаціональних компаній Європи та світу. У процесі світової економічної трансформації особливе значення має інноваційна діяльність.

Ринок креативної індустрії займає дуже важливе місце у світовій економіці. Його головна особливість полягає в тому, що творча індустрія, як самостійна галузь, безперервно впроваджує інновації у своїй діяльності, оскільки ця галузь завжди тісно пов'язана зі створенням нових речей і процесом участі у творчій праці та людському інтелекті. У 2020 році на ринок креативної індустрії вплинуть певні негативні фактори, пов'язані з обмеженням поширення COVID-19 у глобальному масштабі. У більшості випадків це правильно впроваджена інновація, яка допоможе компаніям не втратити свою присутність. Конкурентна позиція в Ринок. Підтримка інновацій загалом позитивно впливає на світову економічну систему. Для креативної індустрії постійне впровадження інновацій у цій сфері є необхідною передумовою для роботи компаній у цій сфері. Будь-яка інновація потребує фінансових ресурсів, тому для підтримки достатнього рівня або зміцнення конкурентних позицій компанії на ринку необхідно залучати прямі інвестиції.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичні, методологічні й практичні аспекти пов'язані з впровадженням інновацій у діяльність ТНК, а також діяльності корпорацій на ринку креативних індустрій знайшли відображення в працях багатьох вітчизняних й зарубіжних учених, серед яких О. В. Варшава [13], Ю.

О. Головчук [2], Т. В. Данько [18], В. В. Джеджула [1], Н. В. Дідик [13], М. Дубина [6], І. Ю. Єпіфанова, [1], А. Карасьова [9], Н. Б. Кузнецова [10], К. М. Синякова [8], О. В. Смагло [14], Т. М. Паневник [4], Л. М. Побоченко. [5], Г. О. Пчелянська [2].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Протягом багатьох років креативні індустрії були прибутковим сектором економіки багатьох країн. Останнім часом вони все більше інтегруються в розвиток міст, процеси демократизації, розвиток територіальних громад, права і свободи громадянського суспільства. Креативні індустрії сприяють формуванню інноваційних ринків [1]. Оскільки творчість є ключовим носієм суспільства, заснованого на знаннях та економіці, вона сприяє розвитку різних галузей політики, торгівлі, культури, мистецтва, суспільного життя, сприяє стабільному розвитку країни, а також надзвичайному розвитку креативних індустрій. важливий.

Креативні індустрії впливають на формування доходів бюджету, створення додаткових можливостей працевлаштування, експортних надходжень, інвестиційну привабливість, розвиток інтелектуального капіталу, що підтверджує доцільність та актуальність теми дослідження. Протягом останнього десятиліття в науковому співтоваристві посилюється інтерес до становлення та розвитку креативних індустрій, що в свою чергу потребує більш детального розгляду впливу нової креативної економіки на креативний потенціал розбудови національного та міжнародного економічних просторів. Сьогодні важливість креативних індустрій визнають майже всі уряди світу.

Креативні індустрії — це сукупність точок зору, концепцій, тенденцій і напрямів розвитку сучасної економіки, які характеризуються органічним поєднанням і використанням знань, інформації та творчості. Класичним прикладом креативних індустрій можуть бути результати діяльності будь-якого типу працівників, отримані з меншими витратами праці та матеріально-фінансовими ресурсами.

Основними характеристиками креативних індустрій є:

-Коли головною метою є досягнення середнього рівня, це сприяє зниженню безробіття, спричиненого самозайняттям населенням.

-Зосередьтеся на малому, а не великому бізнесі;

-Розумні та ефективні здібності відображаються в особистому середовищі (міський феномен), якщо вони повною мірою використовують свою унікальність для підвищення добробуту громадян та розвитку економічного, туристичного, соціального, гуманітарного та духовного потенціалу;

-Органічне поєднання науки і мистецтва, творчості та інновацій;

-Розмивання кордонів між країнами шляхом ефективного використання Інтернет-технологій та міжнародного співробітництва у відкритому доступі до інформаційних потоків;

-Завдяки культурі дозволяється створювати сучасні унікальні ідеї та світогляди

-На основі позитивних людських якостей, таких як креативність, ввічливість, етика, толерантність, доброта, оптимізм, відкритість, щирість, соціальність тощо.

У сучасному динамічному розвитку для країни неможливо всебічно та постійно виробляти та використовувати інновації як каталізатор для сприяння загальному економічному розвитку.

Конкурентоспроможність – це здатність, ціна та конкурентна перевага підприємства, тобто загальні характеристики активів і параметри, які позитивно відрізняються від конкурентів [2]. Висока конкурентоспроможність дозволяє зберегти прибуток і залучити інвесторів як постійних і надійних партнерів для забезпечення стабільного розвитку [1].

Правильний вибір та повне наповнення інноваційної стратегії як стратегічного пакету всіх рішень щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства є запорукою довгострокового успіху компанії та забезпечення її конкурентоспроможності. Компанія має чіткий тип і стратегію розвитку структури стратегічної групи компанії та різних компонентів у системі для забезпечення її конкурентоспроможності, доступний і зрозумілий метод формування та тестування своїх альтернатив, а також остаточний вибір, найбільш підходящих компонентів, що реалізуються як частина збалансованої стратегії [2].

В умовах прискореного розвитку «нової економіки» однією із основних конкурентних стратегій ТНК є використання головного нематеріального активу – інновацій, а ефективне використання інноваційної складової стає одним з основних конкурентних переваг ТНК у ХХІ ст. [5].

Інноваційна діяльність та інвестування в НДДКР відіграють надзвичайно важливу роль у процесі підвищення рівня конкурентоспроможності компанії, або збереження його на достатньому рівні, що підтверджується статистичними даними про діяльність провідників ТНК Європи та світу. Особливо важливого значення інноваційна діяльність набуває в умовах трансформаційних процесів в світовій економіці. В наслідок змін, які відбулися у світовій економіці через вплив на діяльність ТНК обмежень, пов'язаних з поширенням у світі COVID-19, компанії змушені реагувати на нові умови функціонування і більшість обирає саме стратегію, пов'язану із впровадженням у процес виробництва, або у продукцію або послуги інноваційної складової, що ще раз доводить, що нововведення відіграють надзвичайно важливу роль у діяльності сучасних транснаціональних корпорацій.

Ринок креативних індустрій посідає досить вагоме місце у світовій економіці. Його головною особливістю є те що креативні індустрії, як самостійна галузь, передбачає у своїй діяльності постійне новаторство, оскільки ця галузь завжди тісно пов'язана зі створенням чогось нового і із залученням до цього процесу саме креативної праці та інтелектуальної складової людини. У 2020 році на ринок креативних індустрій діяли певні негативні фактори пов'язані з обмеженнями щодо розповсюдження у світі COVID-19 і саме правильно впроваджені інновації у більшості випадків допомогли компаніям не втратити конкурентні позиції на ринку.

Підтримка впровадження інновацій в цілому позитивно відображається на економічній системі світу. Щодо креативної галузі, то постійне впровадження інновацій у зазначену галузь є необхідною передумовою функціонування компанії у такій галузі. Будь які нововведення потребують фінансових ресурсів, тому залучення прямих інвестицій є обов'язковим для утримання на достатньому рівні або зміцнення конкурентних позицій компанії на ринку.

Компанії, що діють в креативних галузях в якості факторів виробництва використовують інтелектуальний капітал, креативний потенціал та талант породжувати нові оригінальні ідеї, в результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства. Будь-які інновації завжди потребують інвестування адже успішне їх впровадження потребує фінансової підтримки.

Підтримка креативних індустрій в країнах ЄС здійснюється в межах тих цінностей, які відображені в першу чергу в Конвенціях і Резолюціях ЮНЕСКО, зокрема, Декларації про культурне різноманіття [16] та Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження [17]. Європейська практика дозволяє засвідчити, що конкурентоспроможність економіки в наступні роки неможлива без створення, передавання й використання знань через дослідження, освіту, професійне навчання та інновації [13]. У стратегіях ТНК інновації є основою конкурентоспроможності і визначають напрями розвитку компанії, окремих галузей та національної економіки загалом. З метою отримання лідерства в певних галузях ТНК мають на меті розширення програм, спрямованих на розроблення та запровадження інноваційного продукту, фінансування якого здійснюється за рахунок внутрішніх та зовнішніх джерел.

Для кожної стадії інноваційного продукту може бути характерне окреме джерело фінансування, на практиці чіткого поділу немає, як правило, фінансування здійснюється зі змішаних джерел. Початковим стадіям запровадження інновацій притаманне використання власних коштів ТНК, державних грантів, венчурного капіталу. Стадія росту потребує більш широкого залучення із зовнішніх джерел, таких як банківські позики, використання фінансових інструментів фондового ринку [14].

Інвестування грає ключову роль в економічному розвитку як підприємств, так і країни в цілому. Зокрема, без залучення прямих інвестицій неможливий економічний ріст і в так званих креативних індустріях. Як зазначає В. Гент, у сучасних умовах розвитку високих технологій та розповсюдження інновацій, підприємства мають переходити на нову ступінь економічного розвитку, іншими словами економіка має трансформуватися у нову креативну, де людський інтелект має домінуючу роль, працюючи у синтезі з фізичною працею [18].

На діяльність компанії на будь-якому ринку впливає багато різноманітних факторів, пов'язаних з внутрішнім та зовнішнім середовищем компанії. Що стосується політичних факторів у сфері розваг, засобів масової інформації та індустрії парків розваг на стратегічне управління компанією впливають такі зовнішні політичні фактори:

1. Посилений захист інтелектуальної власності.
2. Зміна політики вільної торгівлі.
3. Стабільні політичні умови на основних ринках.

Політична підтримка посилення захисту інтелектуальної власності є зовнішнім фактором, що створює можливості для зростання. Це створює більш сприятливе галузеве середовище, яке мінімізує порушення прав інтелектуальної власності проти світового бізнесу. З іншого боку, зміна політики вільної торгівлі є зовнішнім фактором, який загрожує створити нестабільність у діловому середовищі компанії. Однак також існують такі переваги як можливість розвитку компанії шляхом узгодження стратегій з поточними можливостями зростання, створеними завдяки новій політиці вільної торгівлі у макросередовищі. Такі міркування впливають на реалізацію загальної стратегії компанії щодо конкурентних переваг та інтенсивних стратегій зростання. Як можливість зростання існують також стабільні політичні умови основних ринків. Наприклад, компанія може продовжувати зростати на своїх нинішніх ринках у США, Канаді та Європі з мінімальними впливом політичних факторів. Тому політичні зовнішні фактори створюють можливості для поліпшення ділової діяльності конгломерату на світовому ринку.

Компанії функціонують у різноманітних економічних умовах, враховуючи багатонаціональний діапазон бізнесу. Багато відповідних зовнішніх економічних факторів відображають американське промислове середовище, яке є основним джерелом доходів компанії. Наприклад, американський ринок забезпечує основну частину доходів парків розваг та курортів. Успіх стратегічного управління компанією залежить від економічних умов, пов'язаних із такими зовнішніми факторами:

1. Швидкий економічний розвиток ринків, що розвиваються.
2. Підвищення рівня наявних доходів.
3. Уповільнення зростання китайської економіки.

Аналіз свідчить, що швидкий економічний розвиток є можливістю для зростання бізнесу, особливо на ринках, що розвиваються. Наприклад, компанія може розраховувати на швидке зростання доходів від розваг та засобів масової інформації в країнах Азії, що розвиваються. У зв'язку з цим підвищення рівня наявних доходів дозволяє більшій кількості споживачів платити за продукцію компанії. Незважаючи на ці можливості, тенденція уповільнення зростання китайської економіки є загрозою в контексті цього виду аналізу компанії. Таким чином, у економічній складовій аналізу компаній, зовнішні економічні фактори ставлять виклики в управлінні зростанням бізнесу на основі стратегічного значення ринків, що розвиваються.

Соціокультурні фактори, зосереджені на соціальних тенденціях, які впливають на макросередовище компаній через поведінку клієнтів та працівників. У цьому випадку аналізу враховується поведінка споживачів

щодо таких продуктів, як фільми, телевізійні програми, відеоігри та парки розваг. Беручи до уваги ситуацію в багатьох галузевих середовищах, компанії відчувають на собі вплив таких соціокультурних зовнішніх факторів:

1. Сприятливе ставлення до дозвілля.
2. Збільшення активності в Інтернеті.
3. Збільшення культурного різноманіття.

Компанії стратегічно розвивають свою міжнародну діяльність, приділяючи особливу увагу товарам для відпочинку. Цей зовнішній соціокультурний фактор збільшує ймовірність оплати споживачами товарів для відпочинку. Крім того, спостерігається збільшення активності в Інтернеті як можливість розвитку компаній. Наприклад, вища доступність продуктів в Інтернеті може збільшити доходи корпорації від онлайн-транзакцій. З іншого боку, збільшення культурного різноманіття загрожує привабливості продуктів компаній, таких як фільми та телевізійні програми. Водночас існує можливість вдосконалити продукцію, щоб відобразити культурне різноманіття цільових ринків. Врахування зовнішніх соціальних факторів може підвищити конкурентоспроможність у галузевому середовищі, незважаючи на жорстку конкуренцію. В цілому, ці соціальні фактори можуть допомогти компаніям розвиватися завдяки відповідному стратегічному управлінню, яке вдосконалює бізнес для задоволення змін у поведінці споживачів.

Технологічні фактори у віддаленому середовищі враховують технології, що використовуються у сфері розваг та засобів масової інформації, а також ті, що використовуються для розвитку тематичних парків та курортів компаній. Наприклад, вплив цифрових технологій на виробництво фільмів є одними з факторів, що дають переваги для компаній сфери розваг в міжнародному промисловому середовищі. Наступні технологічні зовнішні фактори визначають багато стратегій та зусиль, які можна впроваджувати у компаніях, задля підвищення їх конкурентоспроможності:

1. Високий рівень НДДКР у галузі.
2. Збільшення використання мобільних пристроїв.
3. Зростання популярності доповненої реальності.

Зовнішній технологічний фактор наявності високих показників досліджень та розробок (НДДКР) відображає швидкий технологічний прогрес у галузі засобів масової інформації та розваг.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Через вплив обмежень, пов'язаних із поширенням COVID-19 у всьому світі на транснаціональні компанії, світова економіка змінилася. Компанії змушені стикатися з новими умовами роботи. Більшість компаній обирають стратегічні процеси, пов'язані з виробництвом та впровадженням, або продукти з інноваційними або сервіс, що ще раз доводить, що інновації відіграють надзвичайно важливу роль у діяльності сучасних транснаціональних компаній. Ринок креативної індустрії займає дуже важливе місце у світовій економіці. Його головна особливість полягає в тому, що креативна індустрія, як самостійна галузь, безперервно впроваджує інновації у своїй діяльності, оскільки ця індустрія завжди тісно пов'язана зі створенням нових речей і процесом участі в цій творчій роботі та людського інтелекту. З точки зору маркетингової діяльності, креативна індустрія займає досить міцні позиції на ринку. Для підвищення конкурентоспроможності підприємств у цій галузі необхідно застосовувати нові технології для покращення глобального бізнесу, наприклад, впровадження цифрових технологій може підвищити ефективність бізнесу та якість продукції парків розваг і курортів; політична підтримка зміцнення інтелектуальної захист власності є зовнішнім фактором, який створює можливості для зростання, оскільки створює більш сприятливе галузеве середовище та мінімізує порушення прав інтелектуальної власності; вплив цифрових технологій на виробництво фільмів є одним із факторів, що надають переваги компаніям у міжнародній промисловій довіллі; наукові розробки високого рівня в галузі плюс Підтримка посилення захисту прав інтелектуальної власності надає компанії на ринку додаткові можливості; медіа-мережі та тематичні парки вважаються зірковими продуктами компанії; Надають нові та ширші послуги. Успіх цієї галузі вимагає використання Інтернету та прямих продажів (продуктів, що продаються в Інтернеті), тому що вони мають можливість збільшити продажі, тому що люди зараз використовують цифрові технології більше, ніж зазвичай, і сподіваються бути більш обізнаними про це через цифрові медіа.

#### **Список джерел інформації.**

1. В. В. Джеджула, І. Ю. Єпіфанова, О. Г. Цвик. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 8 с.
2. Ю. О. Головчук, Г. О. Пчелянська. Економіка та держава. Навч. посібник: Київ: ЦУЛ, 2020. 70 с.
3. Porter M. E. Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: The Free Press, 2019. 387 p.
4. Паневник Т. М. Інноваційна спрямованість діяльності транснаціональних корпорацій. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія і практика стратегічного управління розвитком галузевих і регіональних суспільних систем». 373с.
5. Побоченко Л. М. Оцінка інноваційних позицій ТНК розвинених країн світу. Навч. Посібник : Київ: ЦУЛ, 2019. 103 с.
6. Шкарлет С. Особливості взаємодії креативних індустрій та фінансових установ. Навч. посібник: Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 218 с.
7. Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. Навч.-метод. посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/10.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf) (дата звернення: 10.11.2019).

8. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. Навч.-метод. посібник : Київ: ЦУЛ, 2019. 120 с.
9. Кузнецова Н. Б. Сучасний стан та перспективи розвитку креативних індустрій за умов пандемії COVID-19. Навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ 2020. 180 с.
10. О. В. Варшава, Н. В. Дідик. Роль креативних індустрій у процесі інноваційного розвитку економіки України. - Науковий вісник Ужгородського Університету. – № 2(52), 2018.. 37 – 41с.
11. Смагло О. В. Інноваційно-інвестиційна діяльність транснаціональних корпорацій. Причорноморські економічні студії. Запоріжжя – № 26, 2018. 33 – 36 с.
12. Ушкаренко Ю. В. Креативні кластери як форма кооперації в креативних індустріях європейського союзу. Науковий вісник Херсонського державного університету -№36. Херсон, 2019. 26 – 31 с.
13. UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. [Електронний ресурс], 2019. Режим доступу до ресурсу: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/cultural\\_diversity.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml) (accessed 10 November 2019)
14. Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions]. [Електронний ресурс], 2019. Режим доступу до ресурсу: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952\\_008](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952_008) (accessed 10 November 2019).
15. Данько Т. В., Пелюхня П. Р. Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств: матеріали 11-ї міжн. наук.-практ. конф.: 26-29 листопада 2018 року: Харків, 2018. 53 с.
16. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. Регіональна економіка №6, 2017. 150 с.

### References.

1. Dzhedzhula, V.V. Epifanova, I. Yu. and Tsvik, O.G. (2017), Innovatsijna diial'nist' iak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Innovative activity as a factor of enterprise competitiveness], ZNU, Zaporozhye, Ukraine.
2. Golovchuk, Yu. O. and Pchelyanska, G.O. (2020), Ekonomika ta derzhava [Economy and state], CUL, Kyiv, Ukraine.
3. Porter, M. E. (2019), Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, The Free Press, New York, USA.
4. Panevnyk, T.M. (2017), “Innovative orientation of transnational corporations”, Materialy VI Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii «Teoriia i praktyka stratehichnoho upravlinnia rozvytkom haluzevykh i rehional'nykh suspil'nykh system» [Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference "Theory and Practice of Strategic Management of Industrial and Regional Social Systems"], Ivano-Frankivs'kyj natsional'nyj tekhnichnyj universytet nafty i hazu, Ivano-Frankivs'k, Ukraine.
5. Pobochenko, L.M. (2019), Otsinka innovatsijnykh pozytsij TNK rozvynenykh krain svitu [Assessment of innovative positions of TNCs in developed countries], CUL, Kyiv, Ukraine.
6. Scarlett, S. (2019), Osoblyvosti vzaємodii kreatyvnykh industrij ta finansovykh ustanov [Features of the interaction of creative industries and financial institutions], ZNU, Zaporozhye, Ukraine.
7. Ushkarenko, Yu.V., Chmut, A.V. and Sinyakova, K.M. (2019), Kreatyvna ekonomika: sutnist' poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh ievropejs'koi intehratsii [Creative economy: the essence of the concept and significance for Ukraine in the context of European integration], CUL, Kyiv, Ukraine.
8. Karaseva, N.A. (2019), Kreatyvni industrii iak element stratehii postindustrial'noho rozvytku [Creative industries as an element of post-industrial development strategy], CUL, Kyiv, Ukraine.
9. Kuznetsova, N.B. (2020), Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku kreatyvnykh industrij za umov pandemii COVID-19 [The current state and prospects for the development of creative industries in a pandemic COVID-19], ZNU, Zaporozhye, Ukraine.
10. Warsaw, O.V. and Didyk, N.V. (2018), “The role of creative industries in the process of innovative development of Ukraine's economy”, Scientific Bulletin of Uzhhorod University, vol. 2 (52), pp. 37 - 41.
11. Смагло, О.В. (2018), “Innovation and investment activities of transnational corporations”, Black Sea Economic Studies, vol. 26, pp. 33 - 36.
12. Ushkarenko, Y.V. (2019), “Creative clusters as a form of cooperation in the creative industries of the European Union”, Scientific Bulletin of Kherson State University, vol. 36, pp. 26 - 31.
13. UNESCO (2019), “Universal Declaration on Cultural Diversity”, available at: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/cultural\\_diversity.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml) (accessed 10 November 2019)
14. UNESCO (2019), “Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions”, available at: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952\\_008](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952_008) (accessed 10 November 2019).
15. Danko, T.V. and Pelyukhnya, P.R. (2018), “Problems of socio-economic development of enterprises”, Materialy 11-i mizhn. nauk.-prakt. konf. [Materials of the 11th International. scientific-practical conf.], Kharkiv, Ukraine, November 26-29.
16. Shcheglyuk, S.D. (2017), “Features of the creative industry of Ukraine: promising forms of spatial organization”, Regional Economy, vol.6.