

Africa), Aditya Birla (Novelis (U.S.)), Oil and Natural Gas Corp (ONGC) (Imperial Energy (U.K.)), Essar Steel Global Holding (Algoma Steel (Canada));

– reliance – Marcellus Shale.

As follows, the formation of an effective acquisition-based strategy of internationalization adopted by Indian enterprises in recent years is challenging as it involves managing across diverse cultures and win over the confidence of work-force to successfully exploit the synergies.

Hope that with their cost-effective technologies and skills, Indian companies could find a greater acceptability and success in other developing countries.

References

1. Dimitratos P. Micromultinationals : New Types of Firms for the Global Competitive Landscape European / Pavlos Dimitratos, Jeffrey Johnson, Jonathan Slow, Stephen Young // Management Journal. – April 2003. – Volume 21. – Issue 2. – P. 164–174.
2. Kumar N. Internationalization of Indian Enterprises : Patterns, Strategies, Ownership Advantages, and Implications / Nagesh Kumar // Asian Economic Policy Review. – 2008. – Issue 3. – P. 242–261.
3. Sriram S. Analysis of the Globalization Approaches of Leading Indian Corporate Groups and Linking it to their Financial Performance / S. Sriram, Tapan Panda // International Conference on Business Management & Information Systems. – 2013. – P. 34–38.

ФОРМУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

В. В. Борисенко, студент спеціальності Менеджмент освіти програма «Бізнес-адміністрування», група БАМ-61

В. А. Власенко, науковий керівник, доцент кафедри менеджменту, доцент, к. е. н.
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Стрімкі процеси глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки потребують значного розширення масштабів ринкових сегментів і підвищення вимог до різних секторів та галузей національної економіки, що мають бути спрямованими на справжню конкурентну боротьбу на національних і міжнарод-

них ринках. З цих причин, подальший розвиток креативної економіки може виступити одним із основних джерел відродження економіки України.

На сьогодні вплив креативності на економіку характеризується створенням нових робочих місць, інвестиційною привабливістю міст і проектів та здатністю ефективно використовувати інвестиції, створенням доданої вартості шляхом органічного поєднання представників традиційних і креативних індустрій [3, с. 156].

Метою дослідження є узагальнення основних перспективних напрямів розвитку креативних індустрій в Україні в умовах євроінтеграційних перетворень.

Необхідно відзначити, що креативні індустрії – це сукупність поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності) [2].

Зрештою, для забезпечення розвитку креативного сектора національної економіки необхідно забезпечити органічне поєднання п'яти ключових напрямів діяльності:

- 1) функціонування професійних мереж та асоціацій;
- 2) зміцнення організаційного потенціалу, що можливо забезпечити шляхом налагодження системи безперервної освіти;
- 3) удосконалення та розвиток бізнес-інкубаторів;
- 4) створення креативних кластерів і хабів;
- 5) інтернаціоналізацію інноваційних індустрій [1].

З іншого боку, складовими сектору креативних індустрій є суб'єкти господарської діяльності (підприємства, організації, установи), що функціонують у галузі легкої промисловості, у сферах послуг індустрії моди та дизайну, пам'яток культурної спадщини, традиційної культури та аудіовізуальних послуг.

Разом з тим, пріоритетним напрямом розвитку креативних індустрій є малі підприємства та підприємства малого бізнесу, що функціонують у сфері ІТ-технологій (із кількістю зайнятих близько 100 тис. осіб), архітектури, дизайну та моди (чисельність працюючих у яких перевищує 6,5 тис. осіб), а також медіа (із чисельністю зайнятих до 14 тис. осіб).

До основних ключових форм просторової організації креативної індустрії за площею охоплення території (за географічною ознакою) науковці відносять [4, с. 146]:

1. Макроформи (креативні регіони, креативні кластери, креативні міста, глобальні технологічні платформи).

2. Мезоформи (креативні хаби, креативні квартали, креативні центри).

3. Локальні форми (креативні простори: артоб'єкти, творчі лабораторії, майстерні, відкриті простори, лофти і неолофти, локальні он-лайн центри, креативні інформаційні платформи).

На наш погляд, перспективними напрямками розвитку креативних індустрій в Україні повинні бути:

1. Формування «творчих кластерів» у формі певних креативних просторів, бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів, бізнес-містечок, технопарків, IT-кластерів, креативних кварталів, а також IT-компаній та дослідних лабораторій.

2. Створення «комунікативних майданчиків», до яких можуть входити нові творчі та культурні центри, що поєднують функції культурного виробництва та культурного споживання.

3. Удосконалення нормативно-правової бази з питань розвитку креативної економіки, зокрема чітке закріплення змісту поняття «креативна індустрія», визначення організаційно-правових та просторових форм креативних індустрій на законодавчому рівні.

Таким чином, формування креативної економіки та подальший розвиток креативних індустрій в Україні виступають складовими стратегічного розвитку національної економіки, оскільки дозволяють поліпшити рівень та якість життя населення шляхом реалізації творчого потенціалу кожної людини як носія таланту і знань.

Список використаних інформаційних джерел

1. Скиба М. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету [Електронний ресурс] / М. Скиба. – 2016. – URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/>.
2. Турський І. В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні [Електронний ресурс] / І. В. Турський. – 2016. – URL: <http://www.elartu.tntu.edu.ua>.
3. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації / А. В. Холодницька // Вісник Мукачівського державного університету : Серія «Економіка і суспільство». – 2018. – Вип. 14. – С. 151–157.
4. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації / С. Д. Щеглюк // Регіональна економіка : Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – Вип. 6 (128). – С. 143–150.