

УДК 330.34

DOI <https://doi.org/10.32782/pdau.eco.2025.3.7>

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Кобєлєва Тетяна Олександрівна

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID ID: 0000-0001-6618-0380

Перерва Петро Григорович

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID ID: 0000-0002-6256-9329

У статті здійснено ґрунтовне дослідження теоретико-методологічних засад формування ефективної стратегії розвитку економічного потенціалу промислового підприємства в умовах переходу до креативної економіки. Акцентовано увагу на трансформаційних викликах, які постають перед промисловим сектором у контексті глобальних змін, цифровізації та зростання ролі інтелектуального ресурсу. Підкреслено, що в сучасних умовах основними рушіями розвитку стають не лише матеріальні чи фінансові активи, а й нематеріальні – зокрема, інтелектуальні, креативні, культурно-комунікаційні ресурси, які визначають конкурентоспроможність і динамічність підприємства. Проведено системний аналіз наукового понятійного апарату, уточнено змістовне наповнення категорій «економічний потенціал» та «креативний потенціал», визначено їх взаємозв'язок у сучасних стратегіях розвитку. Обґрунтовано ключову роль творчого капіталу як чинника забезпечення стійкого економічного зростання, активізації інноваційної діяльності та підвищення адаптивності підприємств до змін середовища. У межах дослідження авторами запропоновано багатофакторну методику оцінювання економічного потенціалу промислового підприємства, яка передбачає комплексний підхід до аналізу його структурних елементів. Обґрунтовано структурно-логічну послідовність етапів оцінки – від попередньої діагностики до моніторингу реалізації стратегії. Особливу увагу приділено ролі нематеріальних активів, зокрема бренду, культури інновацій, динаміки партнерств та цифрової відкритості. Результатом дослідження є концептуальна модель інтегрованого оцінювання економічного потенціалу промислового підприємства, адаптована до умов стратегічного управління у креативному середовищі. У статті також визначено основні стратегічні напрями розвитку, такі як інноваційне оновлення, кластерна взаємодія, цифрова трансформація та бренд-орієнтований розвиток. Запропоновані підходи можуть бути використані як інструмент стратегічного аналізу, прогнозування та прийняття рішень для підприємств, що прагнуть адаптуватися до викликів сучасної креативної економіки.

Ключові слова: економічний потенціал підприємства, креативна економіка, стратегія розвитку, креативний капітал, цифрова трансформація, оцінювання ресурсів, стратегічне управління.

Tetiana Kobeleva, Petro Pererva

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

DEVELOPMENT STRATEGIES AND ASSESSMENT OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF THE CREATIVE ECONOMY

The article presents a comprehensive study of the theoretical and methodological foundations for developing an effective strategy to enhance the economic potential of industrial enterprises in the context of the transition to a creative economy. Particular attention is paid to the transformational challenges faced by the industrial sector amid global changes, digitalization, and the growing importance of intellectual resources. It is emphasized that under modern conditions, the main drivers of development are not only material and financial assets but also intangible ones – specifically intellectual, creative, and cultural-communicative resources, which shape the competitiveness and dynamism of enterprises. A systematic analysis of the conceptual framework is conducted, with the content of the categories “economic potential” and “creative potential” clarified, and their interrelation in modern development strategies identified. The key role of creative capital is substantiated as a factor in ensuring sustainable economic growth, stimulating innovation, and increasing the adaptability of enterprises to environmental changes. As part of the study, the authors propose a multifactor methodology for assessing the economic potential of an industrial enterprise, which involves a comprehensive approach to analyzing its structural components. A structurally logical sequence of evaluation stages – from preliminary diagnostics to strategy implementation monitoring – is substantiated. Special attention is given to the role of intangible assets, particularly brand value, innovation culture, partnership dynamics, and digital openness. The outcome of the study is a conceptual model for integrated assessment of the economic potential of an industrial enterprise, adapted to the conditions of strategic management in a creative environment. The article also identifies key strategic directions for development, such as innovation renewal, cluster interaction, digital transformation, and brand-oriented growth. The proposed approaches can be used as tools for strategic analysis, forecasting, and decision-making by enterprises seeking to adapt to the challenges of the modern creative economy.

Keywords: economic potential of the enterprise, creative economy, development strategy, creative capital, digital transformation, resource assessment, strategic management.

Вступ. В умовах сучасних глобалізаційних процесів та цифровізації вища конкурентоспроможність промислового підприємства дедалі більше залежить не лише від традиційних ресурсів (матеріальних, фінансових, технологічних), а й від здатності інтегрувати творчий підхід у виробничі та управлінські процеси [1, 2]. Креативна економіка, що базується на інноваціях, знаннях і творчості, стає важливим чинником трансформації промислового сектору [4]. Це створює виклик і водночас можливість для підприємств переосмислити свої бізнес-моделі, підходи до розвитку персоналу, маркетингових стратегій та інвестиційної діяльності. Однак багато підприємств стикаються із труднощами, зокрема з парадоксами «творчості в сталій структурі», тобто з необхідністю поєднання інновацій та лінійної організації; недостатньо ефективними методиками оцінювання економічного потенціалу у креативних контекстах, що ускладнює стратегічне планування; відсутністю чітко вираженої стратегії розвитку, що інтегрує управління інтелектуальними активами, брендом і творчими ресурсами [5, 6].

Цифрова трансформація глобальних ринків: швидкий розвиток технологій і штучного інтелекту стимулює необхідність нових підходів у виробни-

цтві та управлінні. Післякарантинна реструктуризація підприємства потребує перебудови моделі ведення бізнесу, а ті, що успішно вбудовують креативність у свою діяльність, виявляються більш адаптивними до змін. Нестача методологічних підходів до оцінювання творчого потенціалу та економічної цінності культурно-інтелектуальних активів. Недостатнє висвітлення взаємозв'язків між стратегією, інноваційним розвитком і репутаційним капіталом. Підприємства прагнуть знайти інструменти для ефективного запуску інноваційних проєктів, залучення креативних ресурсів та підвищення конкурентоспроможності. Уряд і регіони потребують науково обґрунтованих підходів для розвитку промислового сектору в умовах переходу до креативної економіки, насамперед у регіонах із промисловою традицією (як от Харківська, Дніпровська області).

Обраний напрям дослідження є надзвичайно своєчасним і значущим. Актуальність зумовлюється глобальними та локальними викликами, потребою у нових методах оцінювання й управління, а також необхідністю підтримки промислового сектору в умовах швидких соціо-економічних змін. Надалі стаття може стати методологічною основою для впровадження стратегій розвитку та

оптимізації потенціалу підприємств у креативному середовищі.

Матеріали та методи. Проблеми стратегій економічного розвитку креативної економіки та оцінювання економічного потенціалу промислових підприємств широко представлені як в українського так і в зарубіжному науково-інформаційному просторі. Розвиток креативної економіки та її інтеграція в стратегічне управління промисловими підприємствами викликали інтерес серед науковців як в Україні, так і за кордоном. Огляд літератури дозволяє виділити кілька ключових напрямів: теоретичне обґрунтування понять, стратегічне планування, методи оцінювання економічного потенціалу, а також практики впровадження інновацій у креативному середовищі.

В дослідженнях [7, 8] представлено глобальні огляди креативної економіки. Зокрема, в роботі [6] показано роль креативних індустрій у ВВП (0,5–7,3 %) і зайнятості (0,5–12,5 %), а в роботі [9] описано економічний розвиток на базі творчих активів і їхній трансформуючий ефект. Не дивлячись на комплексне охоплення статистичних і політичних аспектів в цих роботах відсутні приклади їх адаптації до специфіки промислового сектору. У роботі Кукси І.М. та Петухової Т.О. [3] креативна економіка представлена як інструмент сталого розвитку України. Тут присутнє чітке структурування понять, актуальність теми, але недостатньо описано зв'язок із промисловими підприємствами. Публікація [10] надає інноваційний підхід через модель “Quadruple Helix”, де враховуються взаємодії бізнесу, науки, влади та креативного сектору. Науковий інтерес визиває міждисциплінарний підхід автора до стратегічного розвитку, але, на наш погляд, є складність практичного застосування моделі в українських умовах без адаптації. Стаття [11] надає типологію оцінювання впливу креативності на продуктивність підприємств, наводяться емпіричні приклади та мультифакторний підхід, які в основному орієнтовані переважно на країни Азії, що знижує їх релевантність для України. Матеріали досліджень [12] зосереджуються на історико-економічному аналізі розвитку промисловості в контексті творчих змін, формують механізм адаптації до вітчизняного промислового середовища, але не приводять сучасних стратегічних інструментів оцінювання. У розробці [13] наведено приклади внутрішньофірмових стратегій креативного менеджменту, запропонована методика їх адаптації до реального підприємства, зроблено акцент на внутрішню культуру підприємства, але відсутні кількісні показники ефективності.

Наявні дослідження демонструють широкий спектр підходів до вивчення креативної економіки та її впливу на промисловість. Сильні сторони наяв-

них досліджень полягають у розмаїтті теоретичних моделей, концепцій і загальної стратегічної візії. Разом із тим, брак прикладних моделей оцінювання економічного потенціалу саме у контексті промислового виробництва залишається слабким місцем. Це відкриває простір для подальших розробок у напрямі створення інтегрованої моделі стратегічного розвитку, яка б урахувала специфіку творчого середовища, економічні показники та потенціал підприємства.

Метою статті є формування ефективної системи стратегії розвитку та оцінювання економічного потенціалу промислових підприємств, що враховує особливості креативної економіки. Для досягнення цієї мети необхідно проаналізувати теоретичні основи креативної економіки та її вплив на промисловість; визначити ключові елементи економічного потенціалу з акцентом на творчий капітал; розробити методику оцінювання та алгоритм формування стратегічних напрямів; апробувати запропоновану модель на прикладі реального підприємства.

Результати. Формування понятійного апарату є критичним етапом у побудові теоретико-методологічного підґрунтя дослідження. У межах статті розглядається сукупність понять, які взаємодіють між собою в контексті креативної економіки та промислового розвитку.

На наш погляд, креативна економіка (creative economy) – це модель економіки, де головними факторами виробництва виступають інтелектуальні, культурні та творчі ресурси, здатні генерувати економічну цінність і соціальну інклюзію. Визначальними рисами цього поняття є висока частка нематеріальних активів; переважання інтелектуальної праці; залежність від інновацій, дизайну, креативу. Креативна економіка розглядається авторами не лише як культурний феномен, а як середовище для стратегічної трансформації традиційного промислового виробництва через інтеграцію інновацій, брендингу, дизайнерських рішень та R&D.

Економічний потенціал підприємства пропонується визначати як сукупна здатність підприємства реалізовувати свої ресурси (фінансові, кадрові, технологічні, організаційні, креативні) з метою отримання стійкого прибутку, конкурентних переваг та стратегічного розвитку. Ключовими компонентами цього визначення слід вважати ресурсний потенціал (матеріальний, фінансовий, людський); інноваційний потенціал (спроможність до змін, дослідницька активність); креативний потенціал (наявність творчих команд, власних унікальних ідей, об'єктів ІВ). В статті ми розширюємо це поняття за рахунок доповнення його культурно-комунікаційним виміром потенціалу, який може бути представлений як

бренд, публічний образ, залучення до культурного обміну, творчі партнерства.

Стратегія розвитку підприємства – це довгостроковий план дій, спрямований на зміцнення позицій підприємства на ринку шляхом підвищення конкурентоспроможності, ефективного використання потенціалу та адаптації до зовнішнього середовища. В якості складових цього терміну пропонуємо визначати місію та бачення; цільові орієнтири; алгоритми реалізації (тактики, проекти); методи моніторингу та корекції.

Креативний потенціал пропонується визначати як здатність підприємства генерувати, розвивати та комерціалізувати нові ідеї, створювати унікальні продукти та розвивати інтелектуальний капітал. Структурні елементи цього терміну – творчі команди; інфраструктура інновацій (лабораторії, дизайн-студії); гнучкість управління; мотивація до креативної діяльності. Авторське бачення дефініції «креативний потенціал» визначається як ядро сучасного економічного потенціалу, саме він стимулює новачі, формує унікальну пропозицію на ринку, забезпечує нематеріальну цінність бренду. Оцінювання економічного потенціалу – це процес вимірювання ефективності та повноти реалізації наявних ресурсів підприємства, включно з нематеріальними активами, з метою визначення стратегічних резервів розвитку. Здійснюється з використанням таких інструментів, як система показників KPI; бенчмаркінг; SWOT-аналіз; інтелектуальний аудит. В систему оцінки пропонуємо включити індикатори креативного розвитку: витрати на креативні активи, участь у колабораціях, бренд-позиціонування, наявність патентів.

У сучасних умовах цифрової трансформації та глобальної конкуренції, економічний потенціал промислового підприємства значною мірою визначається не лише матеріальною базою, а й здатністю генерувати, акумулювати та ефективно використовувати нематеріальні ресурси – знання, ідеї, інтелектуальну власність, творчий капітал. З огляду на це, постає потреба у переосмисленні підходів до оцінювання потенціалу підприємства в контексті креативної економіки. В результаті проведеного дослідження розроблено методичні положення по оцінюванню економічного потенціалу промислового підприємства в умовах креативної економіки.

Тому є нагальна потреба розкриття структурних складових методики оцінки, їх класифікації та значенню для формування обґрунтованої стратегії розвитку підприємства.

Методика має інтегративний характер і включає традиційні економічні показники, індикатори креативності, інноваційний та інтелектуальний капітал (табл. 1).

Системний аналіз складових економічного потенціалу підприємства в умовах креативної економіки доводить, що традиційні ресурси мають бути доповнені інноваційно-креативними, комунікаційними та аналітичними компонентами. Такий інтегрований підхід дозволяє повніше оцінити потенціал підприємства, визначити його стратегічні переваги та сформувати ефективні напрями розвитку. Зміст кожної складової набуває нового значення в умовах посиленої ролі творчості, бренду, креативних партнерств і цифрової гнучкості бізнесу.

Таблиця 1

Складові методики оцінювання економічного потенціалу підприємства та їх зміст

Складові методики	Економічний зміст складових
Ресурсна складова	Матеріально-технічна база Фінансові ресурси Людський капітал (кваліфікація, креативні здібності, мультидисциплінарність) Доступ до цифрової інфраструктури
Інноваційно-креативна складова	Наявність R&D підрозділів, інноваційних лабораторій Кількість впроваджених інновацій Частка витрат на креативну діяльність (маркетинг, дизайн, IP) Рівень комерціалізації нових ідей, патентів
Організаційна та управлінська складова	Гнучкість організаційної структури Ступінь автономії команд Наявність внутрішньої культури інновацій Механізми підтримки креативних ініціатив
Культурно-комунікаційна складова	Імідж, бренд, публічна комунікація Соціальні медіа-активність, рівень взаємодії з клієнтами Стратегія сталого розвитку та культурної відповідальності
Інтелектуально-аналітична складова	Системи обліку інтелектуального капіталу Кількість патентів, авторських прав Залученість у проекти відкритих інновацій (Open Innovation) Інформаційно-аналітична підтримка прийняття рішень

Джерело: авторська розробка

Оцінювання економічного потенціалу в умовах стратегій креативного розвитку передбачає поетапну аналітичну та організаційну роботу, яка має враховувати як внутрішній стан підприємства, так і зовнішнє конкурентне та інституційне середовище. Послідовне проходження етапів дозволяє здійснити глибоку діагностику, визначити стратегічні розриви, сформувати цілі розвитку та забезпечити інструменти для моніторингу й корекції управлінських рішень. В табл. 2 розглядається логіка та зміст основних етапів методики з урахуванням специфіки креативної економіки.

В якості інструментів для реалізації методики оцінювання економічного потенціалу промислового підприємства пропонуються використовувати Balanced Scorecard з креативними метриками, PESTEL + SWOT для зовнішньої адаптації, інтелектуальні карти (mind-maps) для ресурсного аналізу, CRM / ERP-системи з інноваційними KPI, панелі експертів та фокус-групи.

Пропонована методика оцінки економічного потенціалу підприємства в умовах стратегій розвитку креативної економіки є комплексною, динамічною та багатофакторною. Вона дозволяє не лише визначити поточний рівень розвитку підприємства, а й сформулювати обґрунтовану основу для прийняття стратегічних рішень, орієнтованих на інноваційне зростання.

Наявні дослідження демонструють широкий спектр підходів до вивчення креативної економіки

та її впливу на промисловість. Сильні сторони літератури полягають у розмаїтті теоретичних моделей, концепцій і загальної стратегічної візії. Разом із тим, брак прикладних моделей оцінювання економічного потенціалу саме у контексті промислового виробництва залишається слабким місцем. Це відкриває простір для подальших розробок у напрямі створення інтегрованої моделі стратегічного розвитку, яка б урахувала специфіку творчого середовища, економічні показники та потенціал підприємства.

Висновки. У результаті дослідження теоретичних підходів, сучасних викликів і практичних методик було сформовано цілісне бачення процесу оцінювання та стратегічного розвитку економічного потенціалу промислових підприємств з урахуванням специфіки креативної економіки. Основні висновки можна узагальнити наступним чином. Переосмислення природи економічного потенціалу: у сучасних умовах він виходить за межі виключно матеріальних ресурсів, включаючи інтелектуальні, креативні, організаційні та репутаційні активи. Ці компоненти є ключовими для забезпечення стійкого зростання і конкурентоспроможності. Креативна економіка як нове стратегічне середовище: вона вимагає адаптації бізнес-моделей промислових підприємств до умов, де цінність створюється через ідеї, інновації, цифрові рішення та емоційно орієнтовані продукти. Методика оцінювання потенціалу повинна бути комплексною і включати як кількісні, так і якісні

Таблиця 2

Етапи методики оцінювання економічного потенціалу підприємства та їх зміст

Етап методики	Економічний зміст етапу
<i>Етап 1</i> Підготовка та діагностика	Визначення мети оцінювання (стратегічне планування, трансформація, інвестиційне обґрунтування) Формування системи критеріїв і індикаторів Збір вихідної інформації: звітність, опитування, внутрішні KPI
<i>Етап 2</i> Класифікація активів і ресурсів	Ідентифікація матеріальних і нематеріальних ресурсів Створення карти креативних ресурсів (Human + Brand + Innovation capital) Оцінка актуальності ресурсів у контексті обраної стратегії
<i>Етап 3</i> Вимірювання потенціалу (економетричний/експертний аналіз)	Розрахунок кількісних показників: – ROI креативних інвестицій; – коефіцієнт оновлення продукції; – частка персоналу з креативними функціями якісна оцінка (; – опитування, експертна панель); – культура інновацій; – рівень довіри у команді; – креативність лідерства
<i>Етап 4</i> SWOT- або GAP-аналіз	Ідентифікація сильних/слабких сторін, можливостей/загроз Виявлення розриву між поточним і бажаним станом економічного потенціалу Пріоритетизація напрямів удосконалення
<i>Етап 5</i> Розробка стратегічних сценаріїв	Формування стратегічних цілей розвитку на основі результатів оцінки Побудова сценаріїв: інтенсивне оновлення, креативна диференціація, інноваційне злиття Модель управління трансформацією (наприклад: “Lean + Creative + Agile”)
<i>Етап 6</i> Моніторинг та коригування	Розробка системи моніторингу потенціалу: регулярні аудити, дашборди KPI Налагодження зворотного зв'язку з командами Динамічне коригування стратегії згідно з новими можливостями

Джерело: авторська розробка

показники. Важливо враховувати новітні індикатори – частку витрат на інновації, бренд-капітал, залучення до культурно-креативних проєктів. Пое-тапний підхід до аналізу (діагностика → оцінка → стратегія → реалізація → моніторинг) дозволяє забезпечити логічну послідовність і адаптивність управлінських рішень. Ключова роль організацій-ної культури та людського капіталу в активізації креативного потенціалу. Саме працівники з нестан-дартним мисленням, ініціативністю та міждисциплі-нарними навичками формують основу творчого про-риву. Промислові підприємства в умовах креативної економіки мають переорієнтовуватися на моделі відкритих інновацій, партнерства з науковими, куль-турними та цифровими платформами, створюючи синергію між традиційним виробництвом і новіт-німи креативними інструментами.

Зважаючи на комплексність проблематики, подальші дослідження можуть бути зосереджені

на наступних аспектах. Слід провести апробацію методики на реальних кейсах українських промис-лових підприємств для перевірки її ефективності та адаптації до галузевих і регіональних особли-востей. Сформувати індикатори для вимірювання креативного потенціалу на підприємствах: кіль-кості авторських ідей, рівня креативної активності працівників, індексу корпоративної культури. Вивчення механізмів взаємодії між промисловими підприємствами та креативними індустріями – роз-робка моделей кооперації, спільних інкубаторів, колаборативних хабів та дослідження впливу брен-дингу та публічного іміджу на економічну стійкість промислових компаній у креативній економіці зможе надати можливості для моделювання сцена-ріїв розвитку підприємств на основі адаптивного стратегування (Agile Strategy, Lean-Innovation), з урахуванням гнучких ресурсних структур і цифро-вих екосистем.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Богма О., Ганечко І., Лимар В. Економічний потенціал підприємства: зміст та ключові характеристики. *Scientia fructuosa*. 2022. № 141. С. 58–68. DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022\(141\)04](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(141)04)
2. Кічурчак М. Вплив сектору інформації та комунікації на просторовий розвиток і пост-воєнну відбудову креативних індустрій в економіці України. *Економічний форум*. 2023. № 13. 12–21. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-3-2>
3. Кукса І. М., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_2_15 (дата звернення 01.03.2025).
4. Ткачук В. О., Обіход С. В., Свінцицька О. М. Інформаційні технології в креативній економіці. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2022. 260 с. URL: https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/336324/mod_resource/content/1/Навчальний%20посібник%20ІТ.pdf.pdf (дата звернення 01.03.2025).
5. Шкарлет С., Дубина М. (2019). Особливості взаємодії креативних індустрій та фінансових установ. *Problems and prospects of economic and management*. 207–218. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-1\(17\)-207-218](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-1(17)-207-218)
6. Amri Lala, Puspitasari Dyah, Ali Noor, Anwar Rusmadiyah. Potential, Problems and Strategies of Creative Economy Development: Quadruplehelix Perspective Approach. 2022. DOI: <https://doi.org/10.4108/eai.16-11-2022.2326066>
7. Creative Economy Outlook: Technical and statistical report. 2024. 136 p. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf (дата звернення 01.03.2025).
8. Creative Economy: a Feasible Development Option. *UNCTAD*. 2010. 393 p. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf (дата звернення 01.03.2025).
9. Guilherme L. Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Brazilian Journal of Science and Technology*. 2010. № 4. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40552-017-0040-0>
10. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. Monograph. London: Penguin, 2013. 304 p.
11. Parekh N. Creative Industries and Economic Value: A Review of Innovation, Impact, and Policy Support. *IOSR Journal of Business and Management*. 2022. № 6 (11). P. 39–49.
12. Rodriguez Insuasti, Homero Montalvan-Burbano, Nestor Suárez-Rodríguez, Otto Yonfá Medranda, Marcela Parrales-Guerrero Katherine. Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*. 2022. № 14. 16010. DOI: <https://doi.org/10.3390/su142316010>
13. Skavronska I. V. Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*. 2017. Vol. 10. № 2, pp. 87–106. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2017/10-2/7>

REFERENCES:

1. Bohma O., Hanechko I., Lyamar V. (2022). Ekonomichnyy potentsial pidpryyemstva: zmist ta klyuchovi kharakterystyky [Economic potential of an enterprise: content and key characteristics]. *Scientia fructuosa*. 141, 58–68. DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022\(141\)04](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(141)04) (in Ukrainian).

2. Kichurchak M. (2023). Vplyv sektoru informatsiyi ta komunikatsiyi na prostorovyy rozvytok i post-voyennu vidbudovu kreatyvnykh industriy v ekonomitsi Ukrainy [The impact of the information and communication sector on the spatial development and post-war reconstruction of creative industries in the economy of Ukraine]. *Ekonomichnyy forum*. 13. 12–21. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-3-2> (in Ukrainian).
3. Kuksa I.M., Pyetukhova T.O. (2018) Kreatyvna ekonomika yak element innovatsiynoyi ta stiyyoi stratehiyi rozvytku Ukrainy [Creative economy as an element of the innovative and sustainable development strategy of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. №2. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_2_15 (in Ukrainian).
4. Tkachuk V.O., Obikhod S.V., Svintsytska O.M. (2022) Informatsiyni tekhnolohiyi v kreatyvniy ekonomitsi [Information technologies in the creative economy]. Zhytomyr: *Derzhavnyy universytet "Zhytomyrska politekhnika"*, 2022. 260 s. Retrieved from: https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/336324/mod_resource/content/1/Navchal'nyy%20posibnyk%20IT.pdf.pdf (in Ukrainian).
5. Shkarlet S., Dubyna M. (2019). Osoblyvosti vzayemodiyi kreatyvnykh industriy ta finansovykh ustanov [Peculiarities of interaction between creative industries and financial institutions]. *Problems and prospects of economic and management*. 207–218. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-1\(17\)-207-218](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-1(17)-207-218) (in Ukrainian).
6. Amri Lala, Puspitasari Dyah, Ali Noor, Anwar Rusmadiyah. Potential, Problems and Strategies of Creative Economy Development: Quadruplehelix Perspective Approach. 202. DOI: <https://doi.org/10.4108/eai.16-11-2022.2326066>
7. Creative Economy Outlook: Technical and statistical report. 2024. 136 p. Retrieved from: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf
8. Creative Economy: a Feasible Development Option (2010). *UNCTAD*. 393 p. Retrieved from: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf
9. Guilherme Luciana (2017). Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Brazilian Journal of Science and Technology*. 4. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40552-017-0040-0>
10. Howkins J. (2013) The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. Monograph. London: Penguin, 2013. 304 p.
11. Parekh, N. (2024). Creative Industries and Economic Value: A Review of Innovation, Impact, and Policy Support. *IOSR Journal of Business and Management*, 26 (11), 39–49.
12. Rodriguez Insuasti, Homero & Montalvan-Burbano, Nestor & Suárez-Rodríguez, Otto & Yonfá Medranda, Marcela & Parrales-Guerrero, Katherine. (2022). Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*. 14. 16010. DOI: <https://doi.org/10.3390/su142316010>
13. Skavronska I. V. (2017) Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*, Vol. 10, No. 2, pp. 87–106. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2017/10-2/7>

Стаття надійшла до редакції 10.03.2025