Н. А. Карасьова,
д. е. н., доцент кафедри міжнародних відносин,
Київський національний університет культури і мистецтв
ORCID ID: 0000-0002-8471-3870

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.12.19

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗРОСТАННЯ ЕКСПОРТУ

N. Karasova,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor of International
Relations department, Kyiv National University of Culture and Arts

CREATIVE INDUSTRIES AS A SOURCE OF EXPORT GROWTH

Креативні індустрії створюють нематеріальні цінності з високою доданою вартістю, що розкриває можливості генерування значних доходів від експорту. Зазначено, що креативність є ключовим вектором для суспільства, заснованого на знаннях та економіці, що робить свій внесок у політику, бізнес, культуру, мистецтво, а також всі сфери суспільного життя та сприяє стабільному розвитку країни. Метою дослідження було визначення перспективних галузей креативної економіки для виходу на зовнішні ринки, визначення умов та детермінант, які можуть сприяти розвитку культурних (креативних) індустрій в Україні.

Зазначено основні напрями сектору креативних індустрій, легка промисловість; послуги індустрії моди та дизайну; пам'ятки культурної спадщини; традиційна культура; аудіовізуальні послуги, на які звертається увага в Експортній стратегії України. Визначено детермінанти, які визначають розвиток креативних індустрій в нашій державі. Розкрито зміст восьми основних факторів розвитку, які є найбільш важливими для України. Наведено доступну статистичну інформацію зовнішньоторговельної складової, представленої у базі даних UNCTAD. Зазначено, що нині Україна потребує якісних структурних змін та цілісної стратегічної програми господарсько-економічних перетворень. Досліджено такі перспективні галузі креативної економіки для виходу на зовнішні ринки, як IT-індустрія, ринок "хендмейду" та архітектурний дизайн. Названо складові національної інноваційної екосистеми: наукові парки, інноваційні парки, технологічні парки, технополіси, інноваційні кластери, розвиток яких буде сприяти як залученню інвестицій, так і виробництву конкурентоспроможної продукції.

The article is a study of various aspects of the creative industries as a direction for export development. It is found that the modern functioning of the world economic system is characterized by a new stage of economic development. It is stated that creativity is a key vector for a society based on knowledge and economy, which contributes to politics, business, culture, art, as well as all spheres of social life, and it leads to the stable development of the country. That is why the issue of the development of creative industries is extremely important. It is stated that J. Hawkins first introduced the concept of the creative industry, and R. Florida formulated the definition used by modern scholars. It is noted that in the contemporary context of post-industrial economies, creative industries can become a powerful superstructure of the material and technical sphere. The purpose of the study was to identify promising sectors of the creative economy for entering foreign markets, to identify conditions and factors that can contribute to the development of cultural (creative) industries in Ukraine.

The key elements that are the basis for the existence of the creative industries are listed and four branches, in which culture, business and technology intersect, are listed, according to the UNCTAD classification. A number of key characteristics of creative industries are listed. The main directions of the sector of creative industries are named: light industry; the services of the fashion and design industry; monuments of cultural heritage; traditional culture; audiovisual services, which are all addressed in the Export Strategy of Ukraine for 2017-2021. The factors that contribute to the development of cultural (creative) industries in our country are identified. The contents of the eight main factors of development, which are the most important for Ukraine, are revealed. The available statistical information of a foreign trade component, presented in the UNCTAD database, provides information on the state of trade in the context of selected types of creative products and services. It is noted that nowadays Ukraine needs qualitative structural changes and a comprehensive strategic program of economic transformation. Such promising areas of creative economy for entering foreign markets as the IT industry, the handmade market

and architectural design have been explored. The components of the national innovation ecosystem are named: science parks, innovation parks, technology parks, technopolis, innovation clusters. The development of them will facilitate both investment and producing competitive products.

Ключові слова: креативні індустрії, розвиток експорту, світова економічна система, галузі креативної індустрії, інноваційна екосистема.

Key words: creative industries, export development, world economy system, the creative industry branches, innovative ecosystem.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Креативні індустрії вже багато років є прибутковим сектором економіки у багатьох країнах світу. Останнім часом вони стають все більше інтегрованими в міський розвиток, процеси демократизації, розвиток територіальних громад, а також прав і свобод громадянського суспільства. Креативні індустрії сприяють формуванню інноваційних ринків. У зв'язку з тим, що креативність є ключовим вектором для суспільства, заснованого на знаннях та економіці, що робить свій внесок у політику, бізнес, культуру, мистецтво, а також всі сфери суспільного життя, що сприяє стабільному розвитку країни [14, с. 151]. Креативні індустрії створюють нематеріальні цінності з високою доданою вартістю. Саме такі види економічної діяльності здатні генерувати значні доходи від експорту, що обумовлює актуальність цього дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Одним з перших, хто застосував поняття та зосередив увагу на темі креативної економіки були Дж. Хоукінс, який розглядав вплив креативних індустрій на світову економіку та Р. Флоріда, який взяв за основу трудовий підхід та ввів поняття креативного класу. Різні питання пов'язані з особливостями креативної економіки теоретичного та практичного значення досліджували в своїх працях українські та зарубіжні вчені-економісти: І. Дубіна, О. Білокрилова, С. Головин, М. Каменських, А. Локалов, А. Пакуліна, А. Степанов, В. Чорна. Перспективи розвитку креативної економіки в Україні досліджували: А. Мерзвинська, А. Пакуліна, Ю. Сотнікова та ін.

Необхідно також відмітити праці представників франкфуртської критичної школи, зокрема Т. Адорно та М. Хоркхаймера, які в середині ХХ ст. критикували концепцію культурних індустрій. На їх думку, корпорації насаджують та контролюють процес зверху, підтримуючи будь-яку надію, що культура формується в середині народних мас. Однак у сучасному контексті постіндустріальних економік, креативні індустрії можуть стати потужною надбудовою матеріально-технічної сфери, активно залучаючи до створення доданої вартості тих, хто вивільняється з промисловості [15, с. 144].

Нині економічна наука в Україні не приділяє значної уваги дослідженням детермінант, факторів і стратегій розвитку креативних індустрій у національному господарстві, тоді як саме концепція розвитку креативних індустрій має на меті створення матеріальних та нематеріальних товарів з високою доданою вартістю, що може розкрити експортний потенціал країни з іншого, постіндустріального боку. Саме тому метою статті є дослідити перспективні галузі креативної економіки для виходу на зовнішні ринки, визначити умови та детермінанти, які можуть сприяти розвитку креативних індустрій в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

З початку ХХІ ст. концепція "креативних індустрій" є "однією з найпопулярніших інноваційних ідей, що мають відношення як до культури, так і до економіки". У найширшому сенсі — це діяльність, в основі якої лежить індивідуальне творче начало, навик або талант і яка може створювати додану вартість і робочі місця шляхом виробництва і експлуатації інтелектуальної влас-

ності. Таке визначення було сформульовано Департаментом культури, медіа та спорту Уряду Великобританії в 1998 році і є загальноприйнятим на сьогодні. По суті, "Creative industries" є діяльністю зі створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, заснованих на творчості й інтелектуальному капіталі. Вони були визнані окремим сектором економіки в кінці 90-х років ХХ ст. Спочатку, згідно з опублікованою Департаментом культури, медіа та спорту Великобританії мапі креативних індустрій в 1998 році, цей сектор економіки складався з 13 підсекторів, проте в 2001 році у роботі Дж. Хокінса "Креативна економіка. Як перетворити ідеї в гроші" кількість підсекторів було збільшено до 15 [13, с. 38].

До основних елементів, на яких ґрунтується існування креативних індустрій, відноситься обов'язкова наявність художньої (творчої) складової, поєднання культури з менеджментом, економікою і технологією, створення ринкової продукції, економічна цінність якої співвідноситься з її інтелектуальною (культурною) цінністю. Відповідно до класифікації ЮНКТАД на рисунку 1 наведено складові елементи креативних індустрій.

Розвиток креативних індустрій, з одного боку, забезпечує мобільність, вихід на глобальний ринок, формує проектне мислення, використовує безліч різноманітних ресурсів, сприяє розвитку людської індивідуальності і довіри в суспільстві, а з іншого — сприяє розвитку і збереженню культури, історії і традицій, формуванню креативного середовища. Саме тому креативні індустрії стають "найбільш динамічним сектором економіки" [4, с. 44] територіальних суспільних систем, забезпечуючи підвищення їх конкурентоспроможності, пов'язаної з реструктуризацією і модернізацією системи економічних відносин, на основі здатності генерувати значно вищі доходи та забезпечувати стабільність їх розвитку. Такий ефект зумовлений тим, що функціонування креативних індустрій посилює взаємозв'язок її основних суб'єктів, креативних інститутів. Це забезпечується завдяки розвитку малого бізнесу, активізації впровадження інновацій та знань, реалізації креативного потенціалу, стимулювання нових форм бізнесу, активізації інвестиційного потенціалу, створення нових робочих місць, формування якісної інфраструктури та на цій основі покращення якості життя населення [1, с. 43].

Функціонування креативних індустрій орієнтоване на пошук альтернативних ресурсів, здатних сприяти динамічному соціально-економічному розвитку територіальних суспільних систем. Реалізація концепції креативних індустрій в регіональних програмах розвитку обумовлена зростанням значення інноваційного розвитку, що в рамках креативної економіки, реалізується за допомогою налагодження системної взаємодії між наукою, культурою, промисловістю і бізнесом та проявляється через своєрідні культурні ресурси та використання креативного потенціалу як ресурсу економічного зростання.

До ключових характеристик креативних індустрій відносять:

- зниження рівня безробіття завдяки самозайнятості населення;

- орієнтування як на малий, так і на великий бізнес; максимальне використання унікальності міст, з метою нарощування економічного, туристичного, соціального та духовного потенціалу;

- поєднання науки і мистецтва, креативності та інновації;

Рис. 1. Складові креативних індустрій

Джерело: сформовано на основі [16].

міжнародне співробітництво через відкритий доступ до інформаційних потоків;

створення сучасних унікальних ідей завдяки культурній та етнічній різноманітності;

сприяють розвитку наступних позитивних людських якостей, як творчість, креативність, толерантність, оптимізм, відкритість, комунікабельність [8, с. 243].

Відповідно до Експортної стратегії України на 2017—2021 рр. креативні індустрії представлені наступними секторами: легка промисловість; послуги індустрії моди та дизайну; пам'ятки культурної спадщини; традиційна культура; аудіовізуальні послуги. Характерною особливістю креативних індустрій сьогодні є те, що вони розвиваються переважно в містах, особливо в тих, де ринок уже насиче-

ний споживчими товарами, функціонує розвинута соціальна сфера та спостерігається високий рівень доходів населення. Висока якість життя та стандартів міського обслуговування підвищує економічну і соціальну динаміку, що сприяє формуванню конкурентних переваг перед іншими територіями. Ще однією особливістю креативного сектору є його відкритість як для великих міжнародних компаній, так і для мікро-, малих та середніх фірм без применшення їх значення у розвитку галузі. Специфіка організаційної та виробничої діяльності сприяє прямому залученню до створення доданої вартості значної кількості жінок та підтримувannya політики гендерної рівності.

Нині найбільший обсяг витрат в креативних індустріях пов'язані з креативною працею. І наскільки креативна праця присутня у всіх галузях сучасної економіки, настільки ті галузі, в яких вона переважає, можна назвати креативними. Креативні індустрії — "особливі користувачі креативної праці", що і характеризує їх специфіку. Так, зробивши креативну працю вихідною точкою своїх міркувань, Алан Фріман намагався сформулювати чіткі, зрозумілі для статистики параметри креативної праці. Він стверджує, що потрібний статистичний інструментарій для цього вже існує — він відомий як підхід "інтенсивності" [17, с. 79]. На думку вченого, всередині креативних індустрій можна визначити частку креативних працівників, які виробляють специфічний для індустрії продукт, і частку тих, хто обслуговує різноманітні потреби всередині індустрії. Таким чином, креативні індустрії групуються в окрему галузь не тому, що мають статус культурних, а тому, що в своїй основі спираються на креативну працю [12, с. 185].

Україна відповідно до рейтингу Global Creativity Index [16] за індексом креативності у 2015 р. займала 45 місце серед 139 країн з показником 0,53. Цей інтегральний показник формується на основі трьох складових: технології; талант; толерантність. В рейтингу Global Innovation Index [17] у 2018 р. Україна за три роки піднялась на понад 20 позицій та посіла 43 місце. Така позитивна динаміка зумовлена покращенням інфраструктури, умов організації ринку, бізнес клімату, інтенсифікації розвитку технологій та креативних секторів. Важ-

Таблиця 1. Показники зовнішньої торгівлі товарами креативних індустрій в Україні, 2015—2018 рр.

Показники	Роки		2018 до 2015, %
	2015	2018	
Зовнішньоторговельний оборот, млн дол. США	153936,8	171254,7	111,25
Зовнішньоторговельний оборот товарів креативної індустрії, млн дол. США	2224,6	2616,1	117,6
Сукупний експорт, млн дол. США	70176,8	71299,6	101,6
Експорт товарів креативної індустрії, млн дол. США	1123,5	1611,1	143,4
Частка товарів креативної індустрії в сукупному експорті, %	1,61	2,24	139,2
Сукупний імпорт, млн дол. США	83792,6	82790,4	98,8
Імпорт товарів креативної індустрії, млн дол. США	1298,6	1388,2	106,9
Частка товарів креативної індустрії в сукупному імпорті, %	1,54	1,65	106,4
Сальдо торговельного балансу країни, млн дол. США	-13852,0	-11885,0	85,8
Сальдо торговельного балансу товарів креативної індустрії, млн дол. США	-302,1	-220,8	73,1

Джерело: сформовано за даними [17].

ливо зазначити, що в цьому ж році міжнародне рейтингове агентство Moody's змінило свій прогноз для банківської системи України зі стабільного на позитивний.

Аналіз показників зовнішньої торгівлі продукцією креативних індустрій дає можливість говорити про позитивні тенденції (табл. 1). До видів товарів креативного сектору за класифікацією UNCTAD віднесено сім груп: "ремесла" (килими, пряжа, плетені вироби тощо); "дизайн" (предмети для інтер'єру й екстер'єру, ювелірні вироби, іграшки та ін.); "аудіовізуальні твори" (кіно-продукція); "нові медіа" (мультимедійні записи, відеоігри); "виконавче мистецтво" (музичні записи й диски); "видавництво" (книжки, преса тощо); "образотворче мистецтво" (живопис, фотографія, скульптура та ін.).

Частка товарів креативної індустрії в загальному експорті за чотири роки збільшилась майже на 40%, водночас приріст торгівлі товарами креативних індустрій відбувається швидшими темпами ніж загалом по економіці. Передовою сферою креативної економіки нині є ІТ-індустрія, яка переважно орієнтована на експорт та працює за технологією аутсорсингу, виконуючи замовлення крупних іноземних компаній. Станом на 2017 р. в Україні нараховувалося більше 130 тис. ІТ-спеціалістів, а обсяг експорту програмного забезпечення приніс біля 3,2 млрд дол. США. У 2017 р. до світового рейтингу The Global Outsourcing 100, увійшло 13 компаній, центри розвитку яких знаходяться в Україні. Це втричі більше, ніж у попередньому році, і в дев'ять разів більше, ніж у 2015 р. Потужним потенціалом ІТ-ринку є технологічні та продуктові стартапи, про що свідчать великі угоди з потужними транснаціональними корпораціями. Зокрема у 2012 р. Google придбали український проект Viewdle за 45 млн дол, а в 2015 р. Snapchat купили одеський стартап Lookserу за рекордну вартість — 150 млн дол. Таким чином, динамічний характер розвитку свідчить про те, що ІТ-індустрія в Україні може стати однією з передових експортоорієнтованих галузей економіки, яка генеруватиме висомаржинальний продукт та забезпечуватиме Україні сильні конкурентні позиції на світовому ринку [2, с. 116].

Значний потенціал в Україні має і ринок "хендмейду", за різними оцінками сюди залучено від 120 до 140 тис. осіб. Висока частка товарів групи "ремесла" успішно експортується. Так в даному напрямку лідирують за обсягами експорт килимів, пряжі та товари для святкування (весільні та ін.). Українська Буковина відома далеко за межами України завдяки налагодженому виробництву весільних суконь та супутніх товарів, а окремі села Чернівецької області (Волока, Грушівка) стали спеціалізованими центрами з багаторічною історією, більшість мешканців яких зайняті саме в цій індустрії.

Поступово набирає обертів архітектурний дизайн. За підрахунками Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства, в Україні нараховується біля 3,7 тис. сертифікованих архітекторів. У 2016 р. за офіційними даними Державної служби статистики, в Україні було виконано будівельних робіт на суму 73,7 млрд грн, з яких на архітектуру та проектування, зазвичай, припадає біля 5%. Таким чином, приблизний обсяг даного ринку може становити близько 3,7 млрд грн.

Людина, її креативність, інтелект і підприємницька ініціатива стає центром розвитку економіки. Саме навколо цього і для стимулювання цього повинно вибудовуватись функціонування державних органів, фінансових інститутів, освітніх і наукових закладів, інфраструктури та всіх інноваційних екосистем [10, с. 54]. В умовах роз-

Таблиця 2. Детермінанти розвитку креативних індустрій

Детермінанта	Зміст
Попит	Характер попиту визначається рівнем освіти, розвитком творчого потенціалу, здібностями і сприйняттям людини. Необхідно, щоб в суспільстві цінувалися, насамперед, естетика і культурна освіта
Рівень доходів споживачів	Продукція креативної економіки не є предметом першої необхідності. Щоб попит на її продукцію був досить високим, необхідна наявність широких верств людей із доходами вище середніх
Рівень освіти і компетентності	Залежить як від здібностей зайнятих в креативному секторі людей, так і від споживачів. Важливими є культурний, естетичний і технологічний рівень населення
Наявність відповідних навичок	Володіння новітніми технологіями є необхідним не тільки для творчості креативної продукції, але і для споживачів. Споживач повинен вміти користуватися складними технічними пристроями
Здатність створювати інфраструктуру, яка необхідна для повноцінної реалізації знань	У зв'язку з розвитком креативних індустрій можна припустити, що ринок праці буде зміщуватися в бік індивідуалізації, коли через електронні мережі творчі особистості будуть обмінюватися накопиченими знаннями та досвідом і об'єднуватися в групи з метою досягнення визначених цілей та поставленої задачі
Рівень розвитку громадського сектора	Громадські замовлення, наприклад, організація міського освітлення, озеленення, створення місць загального користування або великі архітектурні замовлення, створюють не тільки нові робочі місця в області креативних індустрій, але і впливають на естетичне сприйняття і розвивають естетичні потреби населення
Відношення громадських і державних інституцій, інтелектуальний капітал	Увага з боку громадських інституцій до формування креативного середовища веде не тільки до розвитку талантів, а й допомагає розвивати культурне сприйняття майбутніх споживачів. Йдеться про підтримку аматорських товариств, створення музеїв, бібліотек або фінансуванні суспільних замовлень
Наявність великих комерційних структур, вищих навчальних закладів	Великі комерційні структури сприяють проведенню нових експериментів і впровадженню інновацій, а також найбільш ефективному використанню оригінальних ідей, продуктованих невеликими креативними фірмами. Університети є рушійною силою освіти і розвитку талантів, що тісно пов'язано з розвитком інтелектуального капіталу, інноваціями та новими технологіями

гортання четвертої промислової революції все більше загострюється глобальна конкуренція країн за інтелектуальний капітал, який стає основним ресурсом для нової якості економічного зростання і перемоги країн у глобальній конкуренції. Тому глобальна конкуренція все швидше зміщується від конкуренції на рівні компаній до боротьби за інтелектуальний капітал на рівні національних інноваційних екосистем. Необхідно стимулювати формування і розвиток національних інноваційних екосистем, які можуть приймати різні форми [5, с. 308]. Спираючись на результати попередніх досліджень, можна виокремити детермінанти, які формують та впливають на розвиток креативних індустрій загалом (табл. 2).

На сучасному етапі поштовхом до інтенсифікації розвитку креативних індустрій в Україні можуть стати якісні структурні зміни та розробка стратегії господарсько-економічних перетворень. В умовах децентралізації нині вже відбувається господарська трансформація територій що сприятиме, на нашу думку, активізації креативного класу. Першочерговим завданням повинно стати формування іміджу креативних індустрій як повноцінного виду підприємницької діяльності, яка може забезпечувати прибутки як від внутрішньо, так і від зовнішньоекономічних операцій.

ВИСНОВКИ

1. Креативні індустрії об'єднують галузі, в яких перетинаються культура, бізнес і технології. Їх розвиток забезпечує мобільність, вихід на глобальний ринок, формує проектне мислення, використовує безліч різноманітних ресурсів, сприяє розвитку людської індивідуальності і довіри в суспільстві, а також сприяє розвитку і збереженню культури, історії і традицій, формуванню креативного се-

редовища. В рейтингу Global Innovation Index у 2018 р. Україна за три роки піднялась на понад 20 позицій та посіла 43 місце. Позитивна динаміка зумовлена покращенням інфраструктури, умов організації ринку, бізнес клімату, інтенсифікації розвитку технологій та креативних секторів. Частка товарів креативної індустрії в загальному експорті за чотири роки збільшилась майже на 40%.

2. Найбільший економічний та експортний потенціал мають сфери ІТ-технологій, медіа, "хендмейд" та архітектурний дизайн. Головними детермінантами розвитку креативних індустрій виступають попит та рівень доходів споживачів, рівень освіти, наявність відповідних навичок та компетентностей, рівень розвитку громадського сектору та навчальних закладів, інтелектуальний капітал тощо.

Література:

1. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / І. Вахович, О. Чуль. — Луцьк: Вежа-Друк, 2014. — 288 с.

2. Карасова Н.А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку / Н.А. Карасова // Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. — 2019. — Вип. 3. — С. 110—120.

3. Киризок С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С.В. Киризок // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. — 2014. — Вип. 6. Ч. 1. — С. 68—72.

4. Лошковська Х.С. Парадигмальний підхід до визначення індексної моделі креативності / Х.С. Лошковська // Бізнес Інформ. — 2015. — № 5. — С. 41—45.

5. Новий економічний курс України: стратегія інноваційного розвитку / За заг. ред. Ю.В. Тимошенко, В.А. Ломаковича. — К.: 2018. — 401 с.

6. Новосельская В.В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования / В.В. Новосельская // Вестник МГУКИ. — 2017. — № 4 (78). — С. 164—174.

7. Поснова Т.В. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування / Т.В. Поснова, О.П. Химорода, Н.А. Тершак // Інтернаука. — 2018. — № 3 (43). — Т. 2. — С. 81—87.

8. Проскуріна М.О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності / М.О. Проскуріна // Глобальні та національні проблеми економіки. — 2015. — Вип. 8. — С. 242—245.

9. Скавронська І.В. Оцінювання експортно-імпортного потенціалу креативних індустрій / І.В. Скавронська, О.А. Масна // Молодий вчений. — 2019. — № 1 (65). — С. 242—246.

10. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. — Львів: Кальварія, 2017. — 164 с.

11. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. — М.: Классика XXI, 2005. — 430 с.

12. Хестанов Р. Креативные индустрии — модели развития / Р. Хестанов // Социологическое обозрение. — 2018. — Т. 17. — № 3. — С. 173—196.

13. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс [пер. с англ. И. Щербаковой]. — М.: Классика-XXI, 2011. — 256 с.

14. Холодницька А.В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації / А.В. Холодницька // Економіка і суспільство — 2018. — № 14. — С. 151—157.

15. Щеглюк С.Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації / С.Д. Щеглюк // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. — 2017. — Вип. 6. (128). — С. 143—150.

16. Creative economy report 2008. — Режим доступу: https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf (дата звернення 08.11. 2019).

17. Freeman A. Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries. L.: Metropolitan University, 2012. — 145 p.

18. ChartsBin. "Global Creativity Index by Country": <http://chartsbin.com/view/41109> (дата звернення 01.12.2019).

19. UNCTADSTAT. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата звернення 19.11.2019).

References:

1. Vakhovych, I. and Chul, O. (2014), *Rozvytok kreatyvnykh indusrii: rehionalnyi vymir: monohrafiia* [Development of creative industries: regional dimension: monograph], Vezha-Druk, Lutsk, Ukraine.

2. Karasova, N. A. (2019), "Creative industries as an element of the strategy of post-industrial development", *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*, vol. 3, pp. 110—120.

3. Kyryziuk, S. V. (2014), "International and national tendencies of creative economy development", *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomichni nauky*, vol. 6, no. 1, pp. 68—72.

4. Loshkovska, Kh. S. (2015), "The paradigmatic approach to the definition of an index model of creativity", *Biznes Inform*, vol. 5, pp. 41—45.

5. Tymoshenko, Yu. V. and Lomakovycha, V. A. (2018), *Novyi ekonomichnyi kurs Ukrainy: stratehiia innovatsiinoho rozvytku* [New economic course of Ukraine: strategy of innovative development], Kyiv, Ukraine.

6. Novosel'skaja, V. V. (2017), "Creative Industries in the Innovative Development of Territories: Features of Functioning", *Vestnik MGUKI*, vol. 4 (78), pp. 164—174.

7. Posnova, T. V. Himoroda, O. P. and Tershak, N. A. (2018), "Creative economy: the essence, features and prerequisites of formation", *Internauka*, vol. 2, no. 3 (43), pp. 81—87.

8. Proskurina, M. O. (2015), "Creative industries as a medium of economic activity", *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 8, pp. 242—245.

9. Skavronska, I. V. and Masna, O. A. (2019), "Estimation of export-import potential of creative industries", *Molodyi vcheny*, vol. 1 (65), pp. 242—246.

10. Zhylynska, O. (2017), *Ukraina 2030: Doktryna zbalansovanoho rozvytku*. Vydannia druhe [The doctrine of balanced development. Second edition], Lviv, Ukraine.

11. Florida, R. (2005), *Kreativnyj klass: ljudi, kotorye menjajut budushhe* [Creative class: people who change the future], Klassika XXI, Moscow, Russia.

12. Hestanov, R. (2018), "Creative Industries — Development Models", *Sociologicheskoe obozrenie*, vol. 17, no. 3, pp. 173—196.

13. Hokin, Dzh. and Shherbakova, I. (2011), *Kreativnaja jekonomika: kak prevratit' idei v den'gi* [Creative economics: how to turn ideas into money], Klassika-XXI, Moscow, Russia.

14. Kholodnytska, A. V. (2018), "Actual tendencies of development of creative industries in Ukraine in the conditions of globalization", *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 14, pp. 151—157.

15. Shcheglyuk, S. D. (2017), "Features of development of creative industry of Ukraine: perspective forms of spatial organization", *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*, vol. 6 (128), pp. 143—150.

16. UNCTAD (2008), "Creative economy report", available at: https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf (Accessed 01 Dec 2019).

17. Freeman, A. (2012), *Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries*, Metropolitan University, London, UK.

18. ChartsBin (2019), "Global Creativity Index by Country", available at: <http://chartsbin.com/view/41109> (Accessed 01 Dec 2019).

19. UNCTADSTAT (2019), available at: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (Accessed 01 Dec 2019).

Стаття надійшла до редакції 05.12.2019 р.