

## **ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР КРЕАТИВНИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Креативні види діяльності вже становлять значний сегмент сучасної глобальної економіки. ООН планує оголосити 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки в інтересах сталого розвитку. Україна входить до числа країн-ініціаторів цієї пропозиції [1]. Ініціатива ґрунтується на визнанні постійної потреби у підтримці країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою у диверсифікації виробництва та експорту, у тому числі в нових сферах сталого зростання, включаючи креативні індустрії. Автори пропозиції виходять з того, що креативна економіка (відома у ряді країн як «помаранчева економіка») включає ґрунтовані на знаннях види економічної діяльності та взаємозв'язок між людською творчістю та ідеями, знаннями та технологіями, а також культурні цінності, мистецтво, культурну спадщину та інші індивідуальні чи колективні форми творчого самовираження.

Креативні індустрії відіграють вагомую роль у створенні гідних робочих місць, забезпеченні продуктивної зайнятості, офіційного оформлення й розвитку малих та середніх підприємств, стимулюванні підприємництва, творчості та інновацій, розширенні прав і можливостей вразливих верств населення. За даними UNESCO та ЕУ [2], культурні і креативні індустрії (ККІ) генерують \$2250 млрд доходів та забезпечують близько 30 млн робочих місць по всьому світу.

Вітчизняна економічна наука активно включилася в опрацювання теоретико-методологічних та практичних питань розвитку креативної економіки. У монографічному дослідженні [3] С. Дави́мука та Л. Федулова розглядають теоретичні засади креативного сектору як сучасного формату економіки знань, аналізують зарубіжні моделі розвитку сектору, виявляють тенденції розвитку креативних індустрій в Україні, обґрунтовують ряд пропозицій щодо формування відповідної державної і регіональної політики та механізмів їх реалізації. Регіональним аспектам розвитку ККІ також присвячені роботи [4, 5]. У таких працях зазвичай мова йде про розвиток креативного інституційного середовища, створення креативних

регіонів, креативних кластерів, креативних міст, креативних кварталів, креативних хабів та інших креативних просторів.

В аналітичній записці [6] О. Валевський зазначає, що «поширення ККІ може стати однією із альтернатив розвитку економіки, зокрема, поштовхом для інноваційного малого і середнього підприємництва, призведе до формування нової моделі економічного розвитку – формування креативної економіки, яка диверсифікує джерела отримання доданої вартості» (с. 3). До переваг цієї сфери автор відносить відсутність потреби у великих інвестиціях; виникнення нових вимог до робочої сили, інфраструктури та інституційного оточення; створення нематеріальних цінностей; використання культури як каталізатора процесів економічного, соціального та екологічного розвитку.

О. Прогнімак [7, 8] розглядає дискусійні питання креативного шляху розвитку для України та поширення нових тенденцій на ринку праці в контексті розвитку креативної економіки. Дослідження спираються на визнання креативності рушійною силою економічного розвитку та її аналізі як багатомірної категорії. Авторка акцентує увагу на тому, що креативні індустрії нерозривно пов'язані з інформаційними технологіями (що відрізняє їх від традиційних галузей культури), й обґрунтовує думку про «розвиток креативних індустрій на засадах ІКТ як реальну можливість забезпечити перетворення ресурсу, який поки що є ресурсом соціальних мереж, в креативний капітал, який можна використати в найбільш ефективній формі, забезпечуючи інклюзивний розвиток суспільства на інноваційній основі [7, с. 227].

Питання сутності, складу і моделей класифікації креативних індустрій, їх глобальних і національних особливостей, ролі в контексті євроінтеграційних процесів, оцінювання потенціалу окремих креативних галузей (зокрема, ІТ-технологій, медіа, архітектурного дизайну), ємності відповідних ринків та перспектив розвитку креативної економіки в Україні також досліджуються у статтях [9-13].

Отримання надійних і зівставних даних про внесок креативних видів діяльності в економіку є важливою передумовою ухвалення обґрунтованих рішень щодо політики їх стимулювання й розвитку. Автори більшості вищезгаданих робіт порушують питання кількісного внеску креативного сектору в розвиток економіки. Наводяться різні, переважно зарубіжні, оцінки, які укладаються в широкий діапазон 4-12% від ВВП. Найчастіше згадується оцінка частки креативних індустрій на рівні 7% від глобального ВВП.

Відмічається стабільне зростання зайнятості у креативній економіці. Наводиться інформація, що 3,3% активного населення ЄС прямо або побічно зайняті у креативній діяльності [7]. За даними [6], 2,8% працюючих громадян України задіяні у сферах креативної економіки.

Частина досліджень присвячена аналізу експорту продуктів і послуг креативних індустрій [11, 13, 14]. Зазвичай застосовуються статистичні дані UNCTAD щодо розвитку міжнародної торгівлі креативними товарами та послугами, зокрема за окремими країнами. У звіті 2018 року [15] також надані результати оцінки внеску ККІ в українську економіку за методологією UNESCO: 4,04% національного ВВП та 3,17% від загальної зайнятості.

Водночас, як справедливо зауважує М. Проскуріна [9, 10], бар'єром для статистичного співставлення є відсутність єдиної системи критеріїв для ідентифікації певного виду діяльності як такого, що належить саме до креативного сектору, та неможливість уніфікації статичних показників по різних країнах.

Висвітлюючи проблеми вимірювання креативних індустрій, вибору класифікацій та базових індикаторів, європейські дослідники R. Voix-Domenech, L. Lazzeretti та D. Sanchez-Serra [16, с. 40-42] зазначають, що зараз не існує глобальної бази даних з належною класифікацією. Вони аналізують креативні види діяльності, що входять до двох відомих переліків – UNESCO та WIPO-OHIM, та розробляють модифіковані індикатори.

Що ж стосується української практики, то тільки цього року Кабінет Міністрів України ухвалив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [17]. Отже, у рамках КВЕД-2010 було уточнено базу для вимірювання економічних результатів діяльності українського креативного сектору та оцінювання динаміки його розвитку.

*Мета статті* – порівняти національний і міжнародні класифікаційні підходи до визначення креативного сектору та здійснити кількісний вимір внеску креативних видів діяльності за різними економічними показниками.

У табл. 1 представлено результати проведеного порівняльного аналізу складу креативного сектору України (згідно з [17]) та сукупностей креативних видів діяльності за міжнародними класифікаціями – UNESCO та WIPO-OHIM. Остання є результатом спільного проекту Всесвітньої організації інтелектуальної власності (*World Intellectual Property Organization*) та Офісу інтелектуаль-

Таблиця 1

**Порівняння переліків видів економічної діяльності,  
віднесених до креативних індустрій**

КВЕД-2010  КМУ 2019	ISIC Rev. 4	
	UNESCO 2016	WIPO 2014, ОНІМ 2015
32.12 Виробництво ювелірних і подібних виробів	+	-
32.13 Виробництво біжутерії та подібних виробів	-	-
32.20 Виробництво музичних інструментів	+	-
58.11 Видання книг	+	+
58.13 Видання газет	+	+
58.14 Видання журналів і періодичних видань	+	+
58.19 Інші види видавничої діяльності	+	+
58.21 Видання комп'ютерних ігор	+	+
58.29 Видання іншого програмного забезпечення	-	+
59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	+	+
59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	+	+
59.13 Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	+	+
59.14 Демонстрація кінофільмів	+	+
59.20 Видання звукозаписів	+	+
60.10 Діяльність у сфері радіомовлення	+	+
60.20 Діяльність у сфері телевізійного мовлення	+	+
62.01 Комп'ютерне програмування	-	+
62.02 Консультування з питань інформатизації	-	+
63.91 Діяльність інформаційних агентств	+	+
70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	-	-
71.11 Діяльність у сфері архітектури	+	-
72.20 Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	+	-
73.11 Рекламні агентства	+	+
73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	-	+
74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну	+	+
74.20 Діяльність у сфері фотографії	+	+
74.30 Надання послуг з перекладу	-	-
85.52 Освіта у сфері культури	+	-
90.01 Театральна та концертна діяльність	+	+
90.02 Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	+	+
90.03 Індивідуальна мистецька діяльність	+	+
90.04 Функціонування театральних і концертних залів	+	+
91.01 Функціонування бібліотек і архівів	+	+
91.02 Функціонування музеїв	+	-

Джерело: складено автором за даними [16, 17].

ної власності ЄС (*Office for Harmonization in the Internal Market*). У міжнародній практиці використовуються коди ISIC Rev. 4 – четвертої версії Міжнародної стандартної галузевої класифікації усіх видів економічної діяльності (*International Standard Industrial Classification of All Economic Activities*).

Дані табл. 1 свідчать, що переліки, що аналізуються, включають значну кількість спільних креативних секторів. Водночас, підхід UNESCO акцентує більше уваги на культурних аспектах, але виключає комп'ютерне програмування, консультування та пов'язану з ними діяльність. У методології WIPO-ОНІМ переважають види діяльності, що створюють авторські права. Натомість, поза межами цієї сукупності залишилися виробництво ювелірних виробів, біжутерії та подібних виробів, музичних інструментів, дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, освіта у сфері культури, функціонування музеїв.

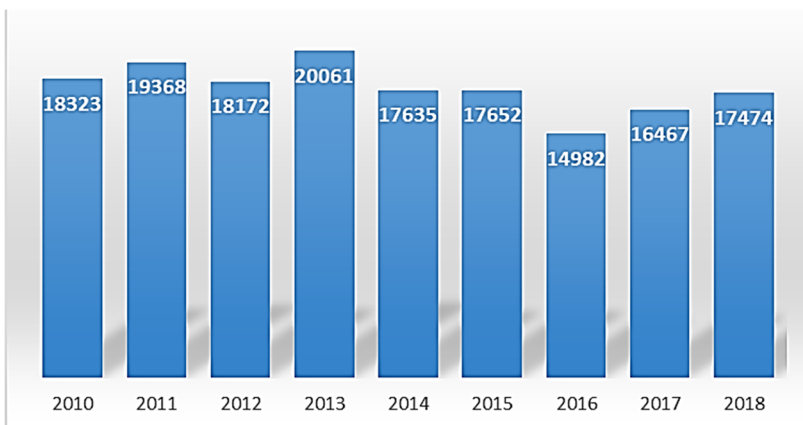
Перелік КМУ містить три види діяльності (виробництво біжутерії та подібних виробів, діяльність у сфері зв'язків із громадськістю та надання послуг з перекладу), які не входять до переліків UNESCO та WIPO-ОНІМ. Разом з тим, до національного переліку не потрапили діяльність з друкування, надання супутніх послуг та тиражування записаної інформації, торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням, книгами, газетами та канцелярськими товарами, музичними та відеозаписами в спеціалізованих магазинах, видання довідників і каталогів, а також діяльність з прокату відеозаписів і дисків, яка в Україні представлена поодинокими випадками.

На думку розробників цього переліку – фахівців Міністерства культури України, його застосування уможливить розуміння щодо внеску креативного сектору у ВВП, працевлаштування, підприємницьку діяльність, децентралізацію, культурні та освітні процеси. При формуванні цієї сукупності використовувалися методологія Eurostat у сфері культури, методологія UNESCO та підхід, який використовує Великобританія.

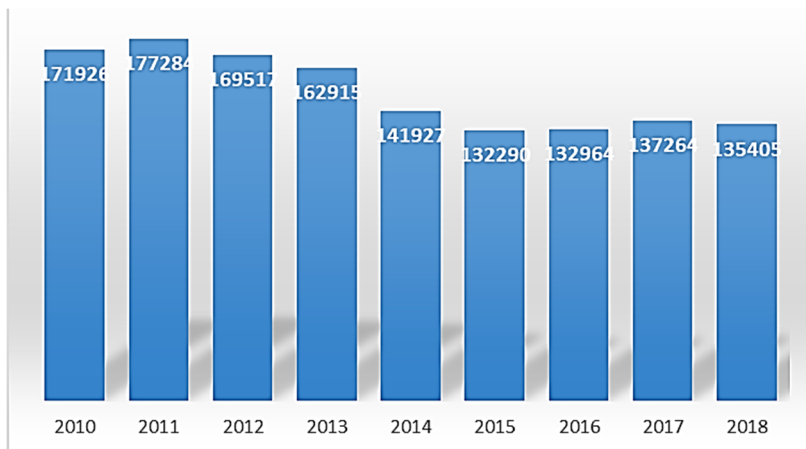
Звичайно, формування та затвердження такого переліку дає можливість досліджувати структуру й динаміку розвитку креативного сектору, оцінювати внесок конкретних креативних індустрій та/або їх груп на основі аналізу ряду економічних індикаторів. Але в широкому сенсі мова йде про вагомий крок у процесі визнання ролі та потенціалу креативних індустрій, покращенні інформаційного забезпечення державної та регіональної політики у цій сфері

та створенні статистичного підґрунтя для оцінки секторальних зрушень, обґрунтування секторальних пріоритетів, розробки відповідних стратегій та інституційного інструментарію.

Результати оцінювання динаміки кількості українських підприємств та кількості зайнятих працівників за креативними видами діяльності з використанням переліку КМУ представлено на рис. 1, 2. Частка креативного сектору коливалася впродовж 2010-2018 рр. за першим показником від 4,8 до 5,2% (4,9% у 2018 р.), за другим – від 2,2 до 2,4% (2,3% у 2018 р.).



*Рис. 1. Динаміка кількості підприємств за креативними видами діяльності, од.*



*Рис. 2. Динаміка кількості зайнятих працівників за креативними видами діяльності, осіб*

Відповідні розрахунки за іншими економічними показниками (табл. 2) свідчать, що за витратами на оплату праці частка креативного сектору в економіці України у 2018 р. становила 2,8%, за обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) – 1,4%, за доданою вартістю за витратами виробництва – 2,7%. Отримані дані доводять, що розрахунки за національним переліком вказують на дещо нижчу частку ККІ, ніж аналогічні показники за міжнародними підходами. Отже, незважаючи на важливу роль затвердженого переліку в інституційному відокремленні національного креативного сектору, що сприяє його об'єднанню і консолідації для активного просування креативного порядку денного та розв'язанню секторальних питань, залишається невирішеною проблема співставлення результатів функціонування ККІ на міжнародному рівні.

Таблиця 2

**Роль креативних видів діяльності за основними показниками**

Код та назва виду економічної діяльності	Показники				
	Кількість підприємств, одиниць	Кількість зайнятих працівників, осіб	Витрати на оплату праці, млн грн	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн грн	Додана вартість за витратами виробництва, млн грн
1	2	3	4	5	6
32.12 Виробництво ювелірних і подібних виробів	229	3892	199,4	853,2	650,2
32.13 Виробництво біжутерії та подібних виробів	10	13	0,5	3,5	0,5
32.20 Виробництво музичних інструментів	10	73	5,4	16,9	7,5
58.11 Видання книг	544	2719	183,4	1999,8	544,1
58.13 Видання газет	808	6285	475,5	1848,2	611,4
58.14 Видання журналів і періодичних видань	636	4355	354,8	1376,2	676,5
58.19 Інші види видавничої діяльності	453	2596	181,3	1927,5	585,9
58.21 Видання комп'ютерних ігор	57	303	42,8	272,9	81,1
58.29 Видання іншого програмного забезпечення	324	1682	159,9	956,8	498,4
59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	605	7471	840,9	4101,9	2349,4

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	18	412	29,6	111,4	50,6
59.13 Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	70	508	108,2	1467,1	718,0
59.14 Демонстрація кінофільмів	123	3732	209,8	3100,5	2010,4
59.20 Видання звукозаписів	60	115	5,3	128,7	81,7
60.10 Діяльність у сфері радіомовлення	313	1327	76,1	311,6	124,4
60.20 Діяльність у сфері телевізійного мовлення	630	17795	2135,6	9630,9	8038,9
62.01 Комп'ютерне програмування	3374	22811	5008,6	47329,2	19396,0
62.02 Консультування з питань інформатизації	1311	9091	1442,0	9309,6	3777,6
63.91 Діяльність інформаційних агентств	233	961	57,8	186,1	75,3
70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	113	424	46,1	338,6	268,8
71.11 Діяльність у сфері архітектури	2109	12741	1079,8	3526,4	2416,6
72.20 Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	100	463	74,0	2554,8	2552,6
73.11 Рекламні агентства	3525	18354	2008,6	27713,4	11911,2
73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	506	3475	480,3	9616,4	3397,8
74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну	291	844	40,1	393,2	118,8
74.20 Діяльність у сфері фотографії	156	434	40,1	92,4	55,5
74.30 Надання послуг з перекладу	265	859	36,9	208,5	110,7
85.52 Освіта у сфері культури	58	106	2,4	11,7	9,8
90.01 Театральна та концертна діяльність	254	8712	1148,6	610,3	1516,2
90.02 Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	124	627	39,6	330,3	124,5



Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
90.03 Індивідуальна мистецька діяльність	31	51	1,6	4,9	2,2
90.04 Функціонування театральних і концертних залів	34	1644	126,2	185,4	179,6
91.01 Функціонування бібліотек і архівів	77	283	19,1	131,8	72,4
91.02 Функціонування музеїв	23	247	35,2	42,8	67,5
Всього по креативних видах діяльності	17474	135405	16695,5	130692,9	63082,1
Всього по економіці	355877	5959474	601661,2	9206049,6	2310580,6
Частка креативних видів діяльності, %	4,9	2,3	2,8	1,4	2,7

Джерело: складено та розраховано автором за даними Державної служби статистики України.

На основі даних табл. 2 розрахована структура українського креативного сектору за основними групами (табл. 3). Розрахунки свідчать про значні коливання частки окремих груп креативних індустрій за різними показниками через значні відмінності в їх економіці й організації діяльності.

Провідними сегментами української креативної економіки є нові медіа та ІКТ (програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві), реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги, аудіовізуальне мистецтво (кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація), література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації. Отже, незважаючи на певне відставання від європейського рівня розвитку креативних індустрій, Україна має значний потенціал до зростання в окремих сегментах і ринкових нішах, зокрема, пов'язаних з цифровими технологіями.

За даними Глобального індексу креативності (Global Creativity Index), що розраховувався у 2015 р. [18], Україна посіла 45 рядок рейтингу. До країн-лідерів цього рейтингу увійшли Австралія, США, Нова Зеландія, Канада, Данія, Фінляндія, Швеція, Ісландія, Сінгапур, Нідерланди. Серед трьох складових цього індексу – Global Technology Index, Global Talent Index, Global Tolerance Index – варто виділити 24 позицію Україна за другим індексом, що у свою чергу було обумовлено визнанням високого рівня вітчизняної вищої освіти (11 позиція за Global educational attainment)

та значною часткою креативного класу у загальній зайнятості (40 місце за Global creative class).

Таблиця 3

**Структура креативної економіки України  
за основними показниками та групами**

Групи креативних видів економічної діяльності	Частка групи, %				
	за кількістю підприємств	за кількістю зайнятих працівників	за витратами на оплату праці	за обсягом реалізованої продукції (послуг)	за додатною вартістю за витратами виробництва
Народні художні промисли	1,4	2,9	1,2	0,7	1,0
Візуальне мистецтво	0,9	0,3	0,2	0,1	0,1
Сценічне мистецтво	2,5	8,2	7,9	0,9	2,9
Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	15,5	12,4	7,4	5,6	4,0
Аудіальне мистецтво	2,1	1,1	0,5	0,3	0,3
Аудіовізуальне мистецтво	8,2	22,1	19,9	14,1	20,9
Дизайн та мода	1,7	0,6	0,2	0,3	0,2
Нові медіа та ІКТ	29,0	25,0	39,9	44,3	37,7
Архітектура й урбаністика	12,1	9,4	6,5	2,7	3,8
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	26,0	17,6	16,0	30,9	28,9
Бібліотеки, архіви та музеї	0,6	0,4	0,3	0,1	0,2

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.

Про поточні відносні позиції України у галузі креативних індустрій можна отримати уявлення завдяки аналізу креативної складової Глобального індексу інновацій (Global Innovation Index) у редакції 2019 р. [19]. За субіндексом «Результати креативної діяльності» Україна порівняно з 2018 р. піднялася на 3 позиції і посіла 42 місце. Разом з тим, складові цього субіндексу свідчать про нерівномірність розвитку української креативної економіки за окремими комплексними індикаторами: нематеріальні активи – 17 позиція (-4), товари та послуги креативних індустрій – 91 (-5), онлайн

креативність – 43 (без змін). Як сильну сторону виділено високу відносну вартість об'єктів промислової власності, а до слабких віднесено низький рівень розвитку національного ігрового кіно та використання ІКТ у бізнес-моделях.

При аналізі даних Global Innovation Index за окремими показниками креативності привертають увагу лідируючі позиції тих країн, які зазвичай не сприймаються як світові лідери й за загальним індексом ГІ розташовані близько до України. Так, Туреччина є одним зі світових лідерів за заявками на промислові зразки (відносно ВВП), Коста-Ріка та Мальта – за часткою експорту культурних і креативних послуг, а Малайзія, Мексика і Таїланд – за часткою експорту товарів креативних індустрій у загальному обсязі торгівлі, Монголія – за виробництвом національного ігрового кіно (на душу населення), Чорногорія – за національними доменами верхнього рівня (на душу населення), Кіпр – за створеними мобільними додатками (відносно ВВП). Отже, потребують опрацювання як питання підтримки інклюзивного розвитку національної креативної економіки, так і розробки сфокусованих (нішевих) стратегій з відповідним ринковим позиціонуванням.

*Висновки.* Відмітною рисою креативних видів діяльності є їхня здатність до створення доданої вартості через культурне і креативне вираження. У теперішній час креативний сектор України знаходиться на етапі інституційного становлення. Важливим кроком у цьому процесі стало ухвалення урядового рішення про визначення переліку креативних індустрій, що дає змогу формувати статистичне підґрунтя для оцінювання секторальних тенденцій і внеску галузі до економіки країни.

За результатами порівняльного аналізу національного й окремих міжнародних класифікаційних підходів до ідентифікації креативного сектору й кількісного виміру його питомої ваги встановлено деяке заниження внеску ККІ за поточною національною методологією: 2,3% – за кількістю зайнятих працівників, 1,4% – за обсягом реалізованої продукції (послуг), 2,7% – за доданою вартістю за витратами виробництва. Тож завдання гармонізації системи аналітичних показників у сфері креативних індустрій залишається невирішеним і потребує доопрацювання в рамках подальшого удосконалення нормативно-правового забезпечення функціонування сектору.

Останні п'ять років для українського сектору ККІ характерна відносно стала динаміка за кількістю суб'єктів підприємництва та

зайнятих працівників. Беззаперечним лідером сектору є сегмент нових медіа та ІКТ. Тож перспективним буде весь комплекс досліджень, пов'язаних з визначенням стратегій трансформації креативної економіки в умовах цифровізації.

Інший напрям досліджень – регіональні аспекти розвитку сектору на засадах смарт-спеціалізації – має надати відповіді на питання про сучасні механізми реалізації обраних пріоритетів і стратегій.

### Література

1. International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021. General Assembly of the United Nations. Economic and Financial Committee. URL: <https://undocs.org/A/C.2/74/L.16/Rev.1>.
2. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. EY, UNESCO. 2015. 120 p.
3. Давимука С.А., Федулова Л.І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2017. 528 с.
4. Вахович І., Чуль О. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 288 с.
5. Щеглюк С.Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр. 2017. Вип. 6 (128). С. 143-150.
6. Валевський О.Лі. Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій: аналіт. зап. Нац. ін-т страт. досл. Київ, 2018. 13 с.
7. Прогнімак О.Д. Креативне майбутнє України: перспективи і перешкоди. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 3 (53). С. 212-227.
8. Прогнімак О.Д. Новітні моделі зайнятості як фактор розбудови креативної економіки України. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 3 (57). С. 146-155. doi: 10.12958/1817-3772-2019-2(56)-146-155
9. Проскуріна М.О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 242-245.
10. Проскуріна М.О. Відображення культурних індустрій у класифікаторах видів економічної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2018. № 14. С. 218-223.
11. Кирилюк С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 6 (1). С. 68-72.
12. Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. С. 67-72. doi: 10.32782/2524-0072/2018-18-10
13. Карасьова Н.А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*: зб. наук. пр. 2019. № 3. С. 110-120. doi: 10.31866/2616-745x.3.2019.159110
14. Скавронська І.В., Масна О.А. Оцінювання експортно-імпортного потенціалу креативних індустрій. *Молодий вчений*. 2019. № 1 (65). С. 242-246.
15. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. UNCTAD. 2018. 445 p.

16. Boix-Domenech R., Lazzaretto L., Sánchez-Serra D. Entrepreneurship and creative industries in developing and developed countries. In: Lazzaretto L., Vecco M. (Eds.). *Creative industries and entrepreneurship: paradigms in transition from a global perspective*. Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, 2018. P. 35-57. doi: 10.4337/9781786435927

17. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04. 2019 р. № 265-п. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yakini-nalezhat-do-kreativnih-industrij>.

18. The Global Creativity Index 2015. Martin Prosperity Institute. 2015. URL: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015>.

19. Global Innovation Index 2019. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. Cornell University, INSEAD, WIPO. 2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>.

### References

1. International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021. General Assembly of the United Nations. Economic and Financial Committee. Retrieved from <https://undocs.org/A/C.2/74/L.16/Rev.1>.

2. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. EY, UNESCO. 2015. 120 p.

3. Davymuka S.A., Fedulova L.I. (2017). Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy [Creative sector of economy: experience and directions of development]. Lviv, State Institution "Institute of Regional Studies named after MI Dolishnyi NAS of Ukraine" [in Ukrainian].

4. Vakhovych I., Chul O. (2014). Rozvytok kreatyvnykh industrii: rehionalnyi vymir [Development of creative industries: regional dimension]. Lutsk, Vezha-Druk [in Ukrainian].

5. Shchehliuk S.D. (2017). Osoblyvosti rozvytku kreatyvnoi industrii Ukrainy: perspektyvni formy prostorovoi orhanizatsii [Peculiarities of development of creative industry of Ukraine: perspective forms of spatial organization]. Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy – Socio-economic problems of the modern period of Ukraine, Issue 6 (128), pp. 143-150 [in Ukrainian].

6. Valevskyi O.L. (2018). Aktualni problemy realizatsii derzhavnoi polityky u sferi rozvytku kreatyvnykh i kulturnykh industrii [Actual problems of realization of the state policy in the field of development of creative and cultural industries]. Kyiv [in Ukrainian].

7. Prohnyimak O.D. (2018). Kreatyvne maibutnie Ukrainy: perspektyvy i pershkydy [Creative future of Ukraine: prospects and obstacles]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 3 (53), pp. 212-227 [in Ukrainian].

8. Prohnyimak O.D. (2019). Novitni modeli zainiatosti yak faktor rozbudovy kreatyvnoi ekonomiky Ukrainy [The latest models of employment as a factor in building the creative economy of Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, № 3 (57), pp. 146-155. doi: 10.12958/1817-3772-2019-2(56)-146-155 [in Ukrainian].

9. Proskurina M.O. (2015). Kreatyvni industrii yak seredovyshe ekonomichnoi diialnosti [Creative industries as an environment of economic activity.]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, Issue 8, pp. 242-245 [in Ukrainian].

10. Proskurina M.O. (2018). Vidobrazhennia kulturnykh industrii u klasyfikatorakh vydiv ekonomichnoi diialnosti [Proskurina MO Reflection of cultural industries in classifiers of economic activities]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 14, pp. 218-223 [in Ukrainian].
11. Kyryziuk S.V. (2014). Mizhnarodni ta vitchyzniani tendentsii rozvytku kreatyvnoi ekonomiky [Киризиук С.В. International and domestic trends in the creative economy]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser. : Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of Kherson State University. Ser. : Economic sciences*, Issue 6 (1), pp. 68-72 [in Ukrainian].
12. Ushkarenko Yu.V., Chmut A.V., Syniakova K.M. (2018). Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii [Creative economy: the essence of the concept and significance for Ukraine in the context of European integration]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 18, pp. 67-72. doi: 10.32782/2524-0072/2018-18-10 [in Ukrainian].
13. Karasova N.A. (2019). Kreatyvni industrii yak element stratehii postindustrialnoho rozvytku [Creative industries as an element of post-industrial development strategy]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty – International relations: theoretical and practical aspects*, 3, pp. 110-120. doi: 10.31866/2616-745x.3.2019.159110 [in Ukrainian].
14. Skavronska I.V., Masna O.A. (2019). Otsiniuvannia eksportno-importnoho potentsialu kreatyvnykh industrii [Assessing the export-import potential of creative industries]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, 1 (65), pp. 242-246 [in Ukrainian].
15. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. UNCTAD. 2018. 445 p.
16. Boix-Domenech R., Lazzaretto L., Sánchez-Serra D. (2018). Entrepreneurship and creative industries in developing and developed countries. In: Lazzaretto L., Vecco M. (Eds.). *Creative industries and entrepreneurship: paradigms in transition from a global perspective*. Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, pp. 35-57. doi: 10.4337/9781786435927.
17. Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24.04. 2019 r. № 265-r [On approval of types of economic activity that belong to the creative industries: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 24.04. 2019 № 265-r]. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrii> [in Ukrainian].
18. The Global Creativity Index 2015. Martin Prosperity Institute. (2015). Retrieved from <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015>.
19. Global Innovation Index 2019. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. Cornell University, INSEAD, WIPO. 2019. Retrieved from <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>.

*Надійшла до редакції 22.11.2019 р.*