

УДК 339.9.01

ПАРАДИГМА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

A PARADIGM OF CREATIVE ECONOMY IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY GLOBAL CHALLENGES

ПАРАДИГМА КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

Мазуренко В.П.

Кандидат економічних наук, професор, професор кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. E-mail: vpmazurenko55@gmail.com

Копійка Д. В.

Здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. E-mail: kopiika_d@ukr.net

Mazurenko V.P.

PhD, Professor, Professor of the International Business Department of the Institute of International Relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv. E-mail: vpmazurenko55@gmail.com

Kopiika D. V.

Applicant at the Institute of International Relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv. E-mail: kopiika_d@ukr.net

Мазуренко В.П.

Кандидат экономических наук, профессор кафедры международного бизнеса Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. E-mail: vpmazurenko55@gmail.com

Копийка Д. В.

Соискатель кафедры международного бизнеса Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. E-mail: kopiika_d@ukr.net

Анотація. У статті досліджено еволюцію парадигми креативної економіки у контексті сучасних глобальних викликів. Виокремлено відмінність трактувань в різних країнах та зміну парадигми в часі. З часу виникнення та становлення парадигми креативної економіки минув невеликий проміжок часу. Однак відбулись суттєві зміни в структурі економік країн світу внаслідок діджиталізації, інформатизації та впровадження четвертої промислової революції, що призвело до зміни парадигми креативної економіки. На розвиток цієї парадигми впливають процеси обумовлені глобальними викликами. Серед сучасних глобальних викликів на креативну економіку найбільший вплив чинять суспільно-обумовлені виклики: вимушена міграція, терористичні атаки тощо, які стосуються людського капіталу та ринку праці. Оскільки вимушена міграція, викликає зростання культурної та освітньої диференціації населення, що призводить до флуктуації на ринку праці, розмивання та спотворення креативних кластерів та креативного середовища.

Визначено необхідність цілеспрямованого впливу держави на формування та розвиток креативної економіки.

Ключові слова: економічна структура, креативна економіка, креативна індустрія, моделі креативної економіки, глобальні виклики.

Abstract. *The article examines the evolution of the paradigm of a creative economy in the context of contemporary global challenges. The distinction between interpretations in different countries and the change of paradigm in time are singled out. Since the emergence and formation of the paradigm of the creative economy, a short period of time has elapsed. However, there have been significant changes in the structure of the economies of the world due to the dictation, informatization and implementation of the fourth industrial revolution, which led to a change in the paradigm of the creative economy. The development of this paradigm is influenced by the processes caused by global challenges. Among the contemporary global challenges to the creative economy, societal challenges are the most influenced: forced migration, terrorist attacks, etc., which relate to human capital and the labor market. Because forced migration causes an increase in the cultural and educational differentiation of the population, which leads to fluctuations in the labor market, blurring and distortion of creative clusters and creative environment.*

The necessity of purposeful influence of the state on the formation and development of a creative economy is determined.

Key words: *economic structure, creative economy, creative industry, models of creative economy, global challenges.*

Аннотація. *В статті досліджена еволюція парадигми креативної економіки в контексті сучасних глобальних викликів. Виділено відміння трактувань в різних країнах і зміну парадигми в часі. З моменту виникнення і становлення парадигми креативної економіки пройшов невеликий проміжок часу. Однак відбулися суттєві зміни в структурі економік країн світу внаслідок діджиталізації, інформатизації і впровадження четвертої промислової революції, що привело до зміни парадигми креативної економіки. На розвиток цієї парадигми впливають процеси, обумовлені глобальними викликами. Серед сучасних глобальних викликів на креативну економіку найбільше вплив мають соціально-обумовлені виклики: вимушена міграція, терористичні атаки і т.д., що стосуються людського капіталу і ринку праці. Оскільки вимушена міграція, викликає зростання культурної і освітньої диференціації населення, що призводить до флуктуацій на ринку праці, розмивання і спотворення креативних кластерів і креативної середовища.*

Визначено необхідність цілеспрямованого впливу держави на формування і розвиток креативної економіки.

Ключові слова: *економічна структура, креативна економіка, креативна індустрія, моделі креативної економіки, глобальні виклики,*

Постановка проблеми. *В умовах трансформації суспільно-економічних відносин під впливом діджиталізації, інформатизації та впровадження четвертої промислової революції відбуваються значні зміни в структурі економіки, на ринку праці та у соціальній сфері. Такі суспільні перетворення називались постіндустріальним суспільством, інформаційним суспільством або третьою хвилею в роботах. Економічні перетворення отримали назву «нова економіка», що уособлювало різні аспекти економічних відносин: інноваційності, знань, інформатизації, мережовості, діджиталізації тощо, а також структуру факторів економічного розвитку та інституційні засади, на яких функціонує ця економічна модель [1]. Зростання нового сегменту, яким стали творчі (креативні) види діяльності позначились змінами у структурі економіки. Відтепер зростає роль людського капіталу, як рушійної сили економіки знань, інновацій, ідей, творчості та культури. Використання креативних індустрій як фактора економічного зростання обумовило необхідність теоретичного обґрунтування та розробки шляхів удосконалення інституційно-регуляторних засад для їх розвитку, що*

позначилось активними науковими розвідками у цій царині. Разом з тим, від появи перших згадок про існування креативної економіки у 90-х роках ХХ-го століття до сьогодення наукові підходи до розуміння сутності та особливості управління нею змінюються у тому числі під впливом глобальних викликів. Відтак дослідження парадигми креативної економіки в умовах сучасних глобальних викликів має актуальність та важливе теоретико-методологічне значення.

Мета статті. Основною метою статті є розкриття сутності парадигми креативної економіки в умовах сучасних глобальних викликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних вчених, які зробили найбільш вагомий внесок у теорію та практику креативної економіки, назвемо таких, як Крістіна Andersen [3], Рон Бошма [4], Чарлз Лендрі [5], Макс Натан [6], Б. Джозеф Пайн [7], Енді Пратт [8], Девід Тросбі [9], Річард Флоріда [10; 11], Майкл Фрітч [4], Хьогні Хансен [3], Крістін Харріс, Маргарет Коллінс, Деніс Чік [12], Девід Хезмондалш [13], Джон Хоукінс [7] та багато інших (див. [14-26]). Серед українських науковців дана тематика знайшла відображення в працях Ірини Вахович [27], Володимира Вергуна [28], Тетяни Галахової [29; 30; 34], Олександри Дорошенко [31], Віталіни Куриляк [33], Дмитра Лук'яненка [34; 35], Тетяни Поснової [37], Марії Проскуріної [38-40], Олексія Ступницького [28], Олени Чуль [27; 41], та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. З 1990-х років в розвинених країнах, в США, Австралії та деяких країнах ЄС, передусім, Великобританії, відбулись структурні зміни в економіці, які сприяли появі деяких нових та зростанню ролі існуючих культурних та креативних галузей, таких як культурні та творчі галузі, які ефективно розвивалися поряд з традиційними галузями промисловості. Термін «креативні індустрії» виник у 1990-х і початково використовувався для опису всіх галузей, які базувались на креативності, що породжували відносини інтелектуальної власності [18, с.1]. У ті часи до креативної економіки відносили мистецтво та крафтову діяльність, дизайн, кінематографію, театральну діяльність і організацію вистав, рекламу, видавничу діяльність, музичну творчість (в частині звукозапису), радіомовлення. Згодом перелік креативних індустрій розширили, включивши до нього комп'ютерні послуги, програмне забезпечення, цифрові медіа, програмне забезпечення, архітектуру, ювелірне виробництво, музейну діяльність тощо. Виникнення терміну «креативна економіка» пов'язано з об'єктивними процесами суспільного розвитку в економіках, які досягли високого рівня інноваційності, мережовості, інтелектуалізації доданої вартості та інтегрованості у світове господарство. Тому його застосування політиками та урядовцями передувало теоретичному обґрунтуванню науковцями, так, вперше термін «креативна економіка» був в 1994 році в Австралії в контексті розробки інституційно-регулятивних засад стимулювання економіки завдяки інвестицій у культуру та творчість. В період оновлення ідеологічних засад та ребрендингу британської лейбористської партії, так званий «новий лейборизм», партія лейбористів використала цей термін у своєму передвиборчому маніфесті у 1996 році («Новий лейборизм, нове життя для Британії» [43]). Після перемоги партії на виборах 1997, 2001 і 2005 років відбулось послідовне впровадження політик стосовно розвитку креативних індустрій, що охоплюють інші області поза традиційною культурою, термін почав широко застосовуватись на міжнародному рівні, зокрема, в документах ЮНЕСКО [44].

Наукове застосування поняття креативної економіки почалось з 2000-го року одночасно різними авторами. Одним із перших розробників концепції креативної економіки став Джон Хоукінс (John Howkins), який у 2000-2001 роках опублікував низку праць, зокрема [7]. Значний внесок у процес статистичного вимірювання розміру креативної економіки у Великій Британії та зайнятості у цій сфері зробили Пітер Л. Хіггс (Peter Lloyd Higgs) та Стюарта Д. Каннігам (Stuart D. Cunningham) [19]. Колетт Хенрі (Colette Henry) та Анні де Брюн (Anne de Bruin) розробили положення щодо створення засад підприємництва у креативній економіці, розуміння креативних

процесів і практик, їх динамічного взаємозв'язку та втілення в глобальні економічні процеси [18]. У розвиток ідей Д. Тросбі щодо креативного бізнесу Девід Перріш (David Parrish) визначив теоретичні та практичні основи його запровадження [40]. Інституційні засади розробляв стимулювання розвитку креативних індустрій (переважно в галузі культури) Енді Пратт (Andy Pratt) [8].

В цей же період становлення парадигми креативної економіки розвиток отрима інший напрямок тлумачення терміну «креативна економіка» застосовує Річард Флоріда, який розглядав креативну економіку за ознакою професій в креативній індустрії, локалізації індустрій у містах і розробці відповідної політики в рамках його концепції 3-T (технологія, талант, толерантність) [11].

Питання впливу креативної й культурної галузі на зростання національної економіки розглядається у працях Дж. Поттса [23].

Розуміння ролі формування відповідного інтелектуального середовища, усієї системи розкриття творчих здібностей людей, сприятиме отриманню доданої вартості, але з урахуванням особливостей креативної та нової економік. Відтак зростає значення людського капіталу в економічному зростанні, оскільки з'являється так званий креативний клас, в якості ядра такої креативної економіки.

Різний рівень економічного розвитку країн світу обумовлює специфіку наукових підходів до концептуалізації поняття. Так, Європейська Комісія визначає зв'язок між креативним та культурним секторами, підкреслюється належність між технологічною, науковою та художньо-економічною творчістю [1]. Натомість у Китаї, де культурні та креативні галузі все ще перебувають на ранній стадії розвитку, Національна комісія з питань розвитку та реформ організовує цілісне та стратегічне планування культурних та творчих галузей [42]. Креативна економіка визначається як сукупність таких взаємопов'язаних компонент: креативних кластерів, що формуються суб'єктами господарювання, публічним та громадським сектором; індивідуальну креативну діяльність; креативне середовище, яке створене креативною спільнотою та публічним сектором. Таким чином креативна економіка формується комерційним, публічним, громадським та неформальним секторами економіки ([2-42]).

Сучасні глобальні виклики, за визначенням експертів Всесвітнього економічного форуму, пов'язані як з природними чинниками: зі зміною клімату, обмеженням у доступі до прісної води та продуктів харчування, так і суспільно-обумовленими: вимушеною міграцією, терористичними атаками, економічними: фінансові потрясіння у великих країнах, геополітичними: криза глобальних інституцій, а також інформаційно-технологічними: кіберзлочинність тощо (див. [2]). Не всі названі в доповіді Всесвітнього економічного форуму виклики впливають на креативну економіку. Найбільший вплив чинять виклики, які прямо та опосередковано стосуються людського капіталу та ринку праці. Таким викликом є вимушена міграція, внаслідок якої різко зростає культурна та освітня диференціація населення. Оскільки креативні індустрії в деяких країнах стрімко створюють робочі місця, переміщення до таких країн значної кількості вимушених мігрантів обумовлює флуктуацію на ринку праці. Наприклад, у США креативний клас становить близько третини робочої сили [10].

З іншого боку така характеристика креативної економіки, як результат аналізу діяльності людини, яка визначається творчістю та пов'язана з вираженими цінностями - етичними, духовними, символічними тощо [16]. Вимушена міграція має не лише позитивний, але й негативний вплив на розвиток креативної економіки, оскільки креативне середовище потребує адаптації до нових умов та абсорбції нової культурно-творчої спільності, що може загальмувати розвиток креативних індустрій. Людський капітал на відміну від фізичного потребує створення умов для освіти, розвитку здібностей, розкриття талантів, самореалізації, натомість фізичний капітал завдяки законам про зниження граничної продуктивності є більш вигідним у місці, де не

вистачає фізичного капіталу. Тому ознака глобалізації – нівелювання географічної відстані для здійснення бізнесу стосовно креативної економіки набуває іншого значення. Так, для формування креативних кластерів важлива локалізація і створення креативного простору, креативного середовища, а для реалізації окремих креативних видів діяльності відстань не має значення.

Зростання вимушеної міграції може призвести до розмивання та спотворення креативного простору крім названих причин, ще і внаслідок відмінних від сформованих в даній місцевості уподобань, що обумовлює зміну характеру попиту і пропозиції на креативну продукцію.

Інший аспект полягає у тому, що суб'єктами креативної економіки є велика питома вага міні- та мікропідприємств, поряд з середніми та великими підприємствами. Тобто великі хвилі мігрантів, які будуть зростати внаслідок змін клімату, терористичних атак, змінять бізнес-середовище в країні прибуття, в першу чергу, це стосується мікро- та мініпідприємств. Ця специфіка креативної економіки, визначає її вразливість саме до цього виду глобальних викликів. Тому, цілеспрямований вплив держави на формування та розвиток креативної економіки передбачає врахування культурної та освітньої диференціації, що посилюється внаслідок вимушеної міграції.

Висновки. З часу виникнення та становлення парадигми креативної економіки минув невеликий проміжок часу. Однак відбулись суттєві зміни в структурі економік країн світу внаслідок діджиталізації, інформатизації та впровадження четвертої промислової революції, що призвело до зміни парадигми креативної економіки. На розвиток цієї парадигми впливають процеси обумовлені глобальними викликами. Серед сучасних глобальних викликів на креативну економіку найбільший вплив чинять суспільно-обумовлені виклики: вимушена міграція, терористичні атаки тощо, які стосуються людського капіталу та ринку праці. Оскільки вимушена міграція, викликає зростання культурної та освітньої диференціації населення, що призводить до флуктуації на ринку праці, розмивання та спотворення креативних кластерів та креативного середовища.

Список використаних джерел

1. KEA European Commission. The Economy of Culture in Europe. 2006. s.355. [acc.: 2012-17-11]. URL: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885_en.pdf.
2. The Global Risks Report 2018. 13th Edition. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2018>.
3. Andersen K.V., Hansen H.K., Isaksen A., et al. Nordic city regions in the creative class debate: putting the creative class thesis to a test // Industry and Innovation. 2010. Т. 17. №. 2. С. 215-240.
4. Boschma R.A., Fritsch M. Creative class and regional growth: empirical evidence from seven European countries. 2009. Economic Geography. 85. С. 391-423.
5. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2011. — 400 с.
6. Nathan M. After Florida: Towards an economics of diversity //European Urban and Regional Studies. 2015. Т. 22. №. 1. С. 3-19.
7. Howkins J. Creative Economy: how people make money from ideas Penguin Group (USA) J. Howkins Incorporated // Allen Lane. 2001. 263 p.
8. Pratt A. C. Cultural industries and public policy // International Journal of Cultural Policy, 2005. 11:1, 31-44.
9. Тросби Д. Экономика и культура/пер. с англ. И. Кушнаревой; М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2013.
10. Florida R. Cities and the Creative Class in Asia // The Atlantic cities. 2011. Nov. 17. p. 12.

11. Флорида Р. Креативный класс: люди которые меняют будущее. Издательский дом «КлассикаXXI». М. 2007. с.432.
12. Harris C., Collins M., Cheek D. America's Creative Economy: A Study of Recent Conceptions, Definitions, and Approaches to Measurement Across the USA / A Report from the Creative Economy Coalition (CEC), August 2013. 141 pp.
13. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Пер. с англ. И. Кушнарево; Под науч. ред. А. Михалево. М.: Высшая школа экономики, 2014. 456 с.
14. Cikanek M. Kreativni prumysly pfilezitest pro novou ekonomiku. Institut umeni - Divadelni ustav. 2009
15. Creative Industries Council: Home page. Available from: <https://www.gov.uk/government/groups/creative-industries-council#role-of-the-group>
16. Denatale D., Wassall G. H. (2006): The Creative Economy: A New Definition. New England Foundation for the Arts (NEFA). In: UCTAD. The Creative Economy Report 2008. URL: http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf Drucker, (1994): Vek diskontinuity - Obraz menici se spolecnosti. Praha: Management Press.
17. Hansen K.H., Vang-Lauridsen J., Asheim B. The Creative Class and Regional Growth - Towards a knowledge based Approach In CIRCLE Working Paper WP 2005/15. 2005.
18. Henry C., Anne de Bruin Entrepreneurship and the Creative Economy: Process, Practice and Policy. Edward Elgar Publishing, 2011. 240 p.
19. Higgs P.L., Stuart D. Cunningham, Bakhshi H. Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom. January 2008. URL: <https://www.researchgate.net/publication/27471984>.
20. Kelly, K. (1998): New Rules for the New Economy. New York: Viking.
21. Kratova, K. (2012): Kreativny priemysel- potencial pre rozvoj regionov. Socialno-ekonomicka revue, 2(10), S. 76-81.
22. Nathan M. Creative class theory and economic performance in UK cities. In: Yigitcanlar T., Velibeyoglu K. and Baum S. (eds) Creative Urban Regions. Philadelphia, PA: IGI Global, 2008. pp. 80-93.
23. Potts J. Creative Industries and Economic Evolution. 2011. URL: <http://www.culture-21.com/2011/10/17/creative-industries-and-economic-evolution/>.
24. Toffler A., Toffler H. Creating a new civilization: The politics of the third wave. Turner Pub, 1995.
25. Tourism and the Creative Economy, OECD Studies on Tourism. OECD Publishing, 2014. 180 pp.
26. Wiesand, A., Sondermann, M. (2005): The creative sector - an engine for diversity, growth and jobs in Europe. European cultural foundation.
27. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва //Проблеми економіки. 2014. №. 3. С. 182-186.
28. Вергун В. А., Ступницький О. І. Сучасні інноваційні зміни системи управління персоналом фірми //Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. 2015. №. 2 (1). С. 96-100.
29. Галахова Т. Вимірювання масштабів креативного сектору глобальної економіки //Ринок цінних паперів України. 2015. №. 3-4. С. 109-120.
30. Галахова Т. О. Моделювання стратегічного розвитку креативного компонента менеджменту міжнародних компаній у галузі програмного забезпечення та комп'ютерних послуг // Бізнес Інформ. 2015. № 5. С. 78-87.
31. Дорошенко О. С. Становлення креативного сектору глобальної економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. К. : КНЕУ, 2014. С. 9-10.
32. Краус К. М., Краус Н. М., Голобородько О. П. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку //Ефективна економіка. 2018. №. 1.

33. Куриляк В. Є., Живко М. А., Літовченко Б. В. Креативна економіка як нова парадигма постіндустріальної цивілізації // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Економіка. 2013. № 2. С. 92-98.
34. Лук'яненко Д., Бурмака М., Галахова Т. Ідентифікація креативних інвестицій в глобальній економіці/ URL: http://ierjournal.com/journals/25/2016_1_Lukianenko_Burmaka_Galahova.pdf.
35. Лук'яненко Д., Тітова О. Інноваційно-креативний компонент глобального менеджменту // Журнал європейської економіки. 2012. Т. 11. № 1. С. 39-54.
36. Мазуренко В. П., Копійка Д. В. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки // Молодий вчений. 2018. №8. <http://molodyvcheny.in.ua/ru/archive/60/>.
37. Поснова Т. В. Креативний людський капітал як фактор розвитку інноваційної економіки // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». №7. 2018. С. 148-157.
38. Проскуріна М. О. Креативні індустрії, як середовище економічної діяльності // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. Т. 18. С. 242-245.
39. Проскуріна М. О. Економічний механізм культурних індустрій // Актуальні проблеми економіки. 2016. № 12. С. 29-39
40. Пэрыш Д. Цішоткі і Пінжакі: Дапаможнік па творчым бізнесе Дэвід Пэрыш / Пераклад Дыяны Даражок. Logvino literatūros namai, 2017. 111 с.
41. Чуль О. М. Становлення креативної економіки як нового феномену економічної теорії // Економічний форум. 2012. № 1. С. 28-32.
42. Wu M., Li Q. Impact of Cultural and Creative Industries on Regional Economic Development in China - A Spatial Econometric Approach // Research in World Economy. 2018. Т. 9. № 1. С. 46.
43. Website Labour Party. URL: <https://labour.org.uk/>
44. Website UNESCO. URL: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf.

References

1. KEA European Commission. The Economy of Culture in Europe. 2006. s.355. [acc.: 2012-17-11]. URL: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885_en.pdf.
2. The Global Risks Report 2018. 13th Edition. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2018>.
3. Andersen K.V., Hansen H.K., Isaksen A., et al. Nordic city regions in the creative class debate: putting the creative class thesis to a test // Industry and Innovation. 2010. Т. 17. № 2. С. 215-240.
4. Boschma R.A., Fritsch M. Creative class and regional growth: empirical evidence from seven European countries. 2009. Economic Geography. 85. С. 391-423.
5. Lendri Ch. Kreativniyiy gorod. M.: Klassika-XXI, 2011. — 400 s.
6. Nathan M. After Florida: Towards an economics of diversity // European Urban and Regional Studies. 2015. Т. 22. № 1. С. 3-19.
7. Howkins J. Creative Economy: how people make money from ideas Penguin Group (USA) J. Howkins Incorporated // Allen Lane. 2001. 263 p.
8. Pratt A. C. Cultural industries and public policy // International Journal of Cultural Policy, 2005. 11:1, 31-44.
9. Trosbi D. Ekonomika i kultura/per. s angl. I. Kushnarevoy; M.: Izd. dom Vyisshy shkolyi ekonomiki. 2013.

10. Florida R. Cities and the Creative Class in Asia // The Atlantic cities. 2011. Nov. 17. p. 12.
11. Florida R. Kreativnyi klass: lyudi kotoryie menyayut budushee. Izdatelskiy dom «KlassikaHHH». M. 2007. s.432
12. Harris C., Collins M., Cheek D. America's Creative Economy: A Study of Recent Conceptions, Definitions, and Approaches to Measurement Across the USA / A Report from the Creative Economy Coalition (CEC), August 2013. 141 pp.
13. Hezmondalsh D. Kulturnyie industrii / Per. s angl. I. Kushnarevoy; Pod nauch. red. A. Mihalevoy. M.: Vysshaya shkola ekonomiki, 2014. 456 s.
14. Cikanek M. Kreativni prumysly pfilezhitost pro novou ekonomiku. Institut umeni - Divadelni ustav. 2009
15. Creative Industries Council: Home page. Available from: <https://www.gov.uk/government/groups/creative-industries-council#role-of-the-group>
16. Denatale D., Wassall G. H. (2006): The Creative Economy: A New Definition. New England Foundation for the Arts (NEFA). In: UCTAD. The Creative Economy Report 2008. URL: http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf Drucker, (1994): Vek diskontinuity - Obraz menici se spolecnosti. Praha: Management Press.
17. Hansen K.H., Vang-Lauridsen J., Asheim B. The Creative Class and Regional Growth - Towards a knowledge based Approach In CIRCLE Working Paper WP 2005/15. 2005.
18. Henry C., Anne de Bruin Entrepreneurship and the Creative Economy: Process, Practice and Policy. Edward Elgar Publishing, 2011. 240 p.
19. Higgs P.L., Stuart D. Cunningham, Bakhshi H. Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom. January 2008. URL: <https://www.researchgate.net/publication/27471984>.
20. Kelly, K. (1998): New Rules for the New Economy. New York:Viking.
21. Kratova, K. (2012): Kreativny priemysel- potencial pre rozvoj regionov. Socialno-ekonomicka revue, 2(10), S. 76-81.
22. Nathan M. Creative class theory and economic performance in UK cities. In: Yigitcanlar T., Velibeyoglu K. and Baum S. (eds) Creative Urban Regions. Philadelphia, PA: IGI Global, 2008. pp. 80-93.
23. Potts J. Creative Industries and Economic Evolution. 2011. URL: <http://www.culture-21.com/2011/10/17/creative-industries-and-economic-evolution/>.
24. Toffler A., Toffler H. Creating a new civilization: The politics of the third wave. Turner Pub, 1995.
25. Tourism and the Creative Economy, OECD Studies on Tourism. OECD Publishing, 2014. 180 pp.
26. Wiesand, A., Sondermann, M. (2005): The creative sector - an engine for diversity, growth and jobs in Europe. European cultural foundation.
27. Vahovich I. M., Chul O. M. Rozvitok kreativnoyi ekonomiki v umovah transkordonnogo spivrobotnitstva //Problemi ekonomiki. 2014. #. 3. S. 182-186.
28. Vergun V. A., Stupnitskiy O. I. Suchasni Innovatsiyni zmini sistemi upravlinnya personalom firmi //Naukoviy visnik Mukachivskogo derzhavnogo universitetu. Ser.: Ekonomika. 2015. #. 2 (1). S. 96-100
29. Galahova T. Vimiryuvannya masshtabiv kreativnogo sektoru globalnoyi ekonomiki //Rinok tsinnih paperiv Ukrayini. 2015. #. 3-4. S. 109-120
30. Galahova T. O. Modelyuvannya strategichnogo rozvitku kreativnogo komponenta menedzhmentu mizhnarodnih kompaniy u galuzi programnogo zabezpechennya ta komp'yuternih poslug // Biznes Inform. 2015. # 5. S. 78-87
31. Doroshenko O. S. Stanovlennya kreativnogo sektoru globalnoyi ekonomiki : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: spets. 08.00.02 – svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosini. K. : KNEU, 2014. S. 9-10

32. Kraus K. M., Kraus N. M., Goloborodko O. P. Tsifrova ekonomika: trendi ta perspektivi avangardnogo harakteru rozvitku //Efektivna ekonomika. 2018. #. 1
33. Kurilyak V. E., Zhivko M. A., Litovchenko B. V. Kreativna ekonomika yak nova paradigma postindustrialnoyi tsivilizatsiyi //Visnik Akademiyi mitnoyi sluzhbi Ukrayini. Ser.: Ekonomika. 2013. #. 2. S. 92-98
34. Lukyanenko D., Burmaka M., Galahova T. Identifikatsiya kreativnih Investitsiy v globalni ekonomitsi/ URL: http://iejjournal.com/journals/25/2016_1_Lukianenko_Burmaka_Galahova.pdf.
35. Luk'yanenko D., Titova O. Innovatsiyno-kreativniy komponent globalnogo menedzhmentu // Zhurnal Evropeyskoyi ekonomiki. 2012. T. 11. #. 1. S. 39-54.
36. Mazurenko V. P., Kopyka D. V. Natsionalni ta globalni vimiri rozvitku kreativnoyi ekonomiki // Molodiy vcheniy. 2018. #8. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/ru/archive/60/>.
37. Posnova T. V. Kreativniy lyudskiy kapital yak faktor rozvitku Innovatsiynoyi ekonomiki // Elektronne naukovе fahove vidannya z ekonomichnih nauk «Modern Economics». #7. 2018. S. 148-157.
38. Proskurina M. O. Kreativni Industriyi, yak seredovishe ekonomichnoyi diyalnosti //Globalni ta natsionalni problemi ekonomiki. 2015. Vip. 8. T. 18. S. 242-245.
39. Proskurina M. O. Ekonomichniy mehanizm kulturnih Industriy // Aktualni problemi ekonomiki. 2016. # 12. S. 29-39
40. Peryish D. Tsishotki i Pinzhaki: Dapamozhnik pa tvorchyim biznese Devid Peryish /Peraklad Dyiyanii Darazhok. Logvino literatūros namai, 2017. 111 c.
41. Chul O. M. Stanovlennya kreativnoyi ekonomiki yak novogo fenomenu ekonomichnoyi teorii //Ekonomichniy forum. 2012. #. 1. S. 28-32
42. Wu M., Li Q. Impact of Cultural and Creative Industries on Regional Economic Development in China - A Spatial Econometric Approach //Research in World Economy. 2018. T. 9. №. 1. C. 46.
43. Website Labour Party. URL: <https://labour.org.uk/>
44. Website UNESCO. URL: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf.