

РОЗДІЛ I

Економічна теорія та історія економічної думки

УДК 332.055

Павлова Олена,
доктор економічних наук, професор,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра аналітичної економіки та природокористування,
м. Луцьк, ORCID: 0000-0002-8696-5641,
e-mail: pavlova.olena@eenu.edu.ua

Павлов Костянтин,
доктор економічних наук, професор,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра аналітичної економіки та природокористування,
м. Луцьк, ORCID: 0000-0003-2583-9593,
e-mail: pavlov.kostiantyn@eenu.edu.ua

Блеянюк Мирослава,
студентка,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра аналітичної економіки та природокористування,
м. Луцьк, miroslavableanuk@gmail.com

Євпак Юлія,
аспірантка,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра аналітичної економіки та природокористування,
м. Луцьк, 6592479@gmail.com

<https://doi.org/10.29038/2411-4014-2019-04-7-14>

СОЦІАЛЬНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ РОЗУМНИХ МІСТ

В статті здійснено аналіз категорій «розумне місто» та «креативні індустрії», як інноваційного вектору розвитку регіону та отримання соціального та економічного ефекту. З'ясовано серед переліку теоретичних та практичних підходів рівень розробки даної проблеми, приведено досвід Європейського Союзу, Америки в імплементації та запровадженні концепції «розумне місто». Здійснено екскурс теоретично-методологічного інструментарію «креативних індустрій» та окреслено їх роль у стратегії розвитку «розумних міст» регіону. Визначено основні напрями реалізації концепції «розумних міст». Досліджено практику фінансування передових міст Європейського Союзу концепції «розумних міст», зокрема на модернізацію, підвищення енергоефективності споруд та транспортно-дорожніх мереж, розумного управління та споживання енергетикою, запровадження нової моделі інформаційно-комунікаційного спілкування, розвиток сфери обслуговування.

Ключові слова: креативна індустрія, «розумне місто», енергоефективність, інформаційно-комунікаційна сфера, інноваційна економіка, креативна економіка.

Павлова Елена,
доктор экономических наук, профессор,
Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки,
кафедра аналитической экономики и природопользования,
г. Луцк

Павлов Константин,
доктор экономических наук, профессор,
Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки,
кафедра аналитической экономики и природопользования,
г. Луцк

Блеянюк Мирослава,
студентка,
Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки,
кафедра аналитической экономики и природопользования,
г. Луцк

Евпак Юлия,
аспирантка,
Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки,
кафедра аналитической экономики и природопользования,
г. Луцк

СОЦИАЛЬНЫЕ И КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В РАЗВИТИИ КОНЦЕПЦИИ УМНОГО ГОРОДА

В статье осуществлен анализ категорий «умный город» и «креативная экономика», как инновационного вектора развития региона и получения социального и экономического эффекта. Выяснено в перечне теоретических и практических подходов уровень разработки данной проблемы, изучен опыт Европейского Союза, Америки в осуществлении и внедрении концепции «умный город». Осуществлен экскурс теоретико-методологического инструментария «креативных индустрий», обозначена их роль в стратегии развития «умных городов» региона. Определены основные направления реализации концепции «умных городов». Исследовано практику финансирования передовых городов Европейского Союза относительно концепции «умных городов», в частности на модернизацию, повышение уровня энергоэффективности сооружений и транспортно-дорожных сетей, разумного управления и потребления энергетикой, внедрение новой модели информационно-коммуникационного общения, развитие сферы обслуживания.

Ключевые слова: креативная индустрия, «умный город», энергоэффективность, информационно-коммуникационная сфера, инновационная экономика, креативная экономика.

Pavlova Olena,
Doctor of Economics, Full Professor,
Lesya Ukrainka Eastern European National University,
Department of Analytical Economics and Environmental Management,
Lutsk

Pavlov Konstantin,
Doctor of Economics, Professor, Lesya Ukrainka Eastern European National University, Department of
Analytical Economics and Environmental Management,
Lutsk

Bleyanyuk Miroslava,
student, Lesya Ukrainka Eastern European National University,

Department of Analytical Economics and Environmental Management,
Lutsk

Yevpak Yulia,
Postgraduate Student,
Lesya Ukrainka Eastern European National University,
Department of Analytical Economics and Environmental Management,
Lutsk

SOCIAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN THE DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF SMART CITIES

Introduction. The article analyzes the categories of "smart city" and "creative industries" as an innovative vector for the development of the region and obtain social and economic effect. The level of development of this problem is clarified among the theoretical and practical approaches, the experience of the European Union, America in the implementation and implementation of the concept of "smart city" is presented. An excursion of theoretical and methodological tools of the "creative industries" is made and their role in the strategy of development of "smart cities" of the region is outlined. The basic directions of realization of the concept of "smart cities" are defined. The practice of financing the European Union's leading cities in the concept of "smart cities" is explored, in particular for modernization, improvement of energy efficiency of buildings and transport networks, smart energy management and consumption, introduction of a new model of information and communication, development of the service sector. **The purpose of the article.** The originality of the study is related to the substantiation of theoretical hypotheses regarding the main directions of synthesis of creative industries, as the driving force behind the concept of "smart cities". The results of the analysis will bring Ukrainian cities closer to the European centers of information and cultural industries of the region. The role of prestigious industries in the concept of "smart cities" of Ukraine is considerable, but it can be realized under the following circumstances: psychological perception of cultural and social industries by creative economy measures; theoretical and practical studies of the topic of cultural innovation and "smart cities", which have been presented in literary sources; improving the symbiosis of lawmaking, financial levers, further mechanism for the development of "smart cities" and cultural and creative industries; increase of specialists of creative sphere, sufficiency of information and communication sources, etc., etc. Therefore, in the arena of inter-regional competition, a special place belongs to the concept of creating urban space, innovation, the consumption of creative ideas in the context of forming regions with "smart cities". In scientific articles, there is a growing popularity of the "smart city" category. Today, this expression is associated with the innovative development of the economy, the creation of prerequisites for the transformation of new knowledge in the practical plane of its implementation and ensure economic and social effect. The institutional basis for obtaining the status of smart cities is the social and creative industries, which are the vector of increasing the innovative potential of the city, and with the reduction of social pressure, transforming the appearance of cities and improving the economic and cultural sense of life of citizens. **Results.** The emergence of major changes in economic spheres of life are bold in nature, periodically favoring various spheres of economy, sociology, culture, urbanization. Changes also affect the creative approach of cities, as centers of economic life in the region and the state as a whole. This, in turn, influences the need to change the spectrum of regional policy, with the priority of attracting human resources solely with creative thinking and practical approaches to its implementation. Therefore, the social and creative industries should be identified in the positions of the main spheres in which they function in the process of reproduction through the circulation: production, distribution, exchange and consumption. Manufacturing, as the primary sphere of the cycle started, implies a combination of intellectual, innovative and social resources. **Conclusions.** Exchange determines the process of substitution of monetary compensation for intellectualization and realization of previously created creative results and services, distribution means distribution through various ways and channels of sale of goods and services of creative and social enterprise, and at the last stage of the cycle there is a direct consumption of useful services and services. At the same time, despite the fact that the creative industries, along with science and high technology, are the impetus for an innovative economy, the theoretical and practical studies of this problem are, to say the least, poorly understood. Therefore, creative economy, as a new vector of transformation for meso and macroeconomic systems, requires immediate investigation of this issue.

Keywords: creative industry, smart city, energy efficiency, information and communication sphere, innovative economy, creative economy.

Постановка проблеми та її значення. Американський науковець Р. Флорида вважав основою суспільства креативну економіку, а виконавчими ланками прошарки людей, нового креативного

бачення соціально-економічних проблем. Дослідники Дж. Шапіро, К. Беррі надавали перевагу ролі інтелектуальному капіталу, к ресурсу рівня продуктивності та освіченості нації. Представники Франкфуртської школи Озорна та М. Хоркхабмер, під поняттям «культурної індустрії» пропонували широку політику в розділі їх книги «Діалектика просвітництва», «Культурна індустрія: просвітництво як обман мас» (1947).

Також виступали з різкою критикою щодо процесу залучення серед населення культурної продукції та послуг у повоєнних Європі та Америці. Їх критичність була заснована на концепції недопущення індустріалізації XX ст., але все змінилося з появою третього технологічного способу виробництва «постіндустріального», що спричинив «інформаційний бум» через пошук шляхів комунікації між суб'єктами економічної системи.

Окрім того, відбувався природний процес переміщення виробничих засобів та предметів праці з економічно розвинених країн, регіонів та міст в місця з дешевою вартістю робочої сили, де власне «креативізм» став рятувальним сигналом для відновлення депресивної економіки останніх. Цікаво, що цей процес триває відтоді і до тепер. Сучасними та потужними креативними та культурними осередками стають колишні «безлюдні» будівлі, покинуті фабрики і заводи, які представлені центрами сучасного мистецтва, музеями, галереями, формуючи своєрідний підприємницький та креативний капітал. Це все в свою чергу змінює вигляд міст та є невід'ємним в стратегії розвитку регіону європейського типу, що в свою чергу ставить на п'єдестал тренд «розумних міст».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль та значення «розумних міст» в процесі переходу до інноваційних, технологічних та креативних інструментів розвитку регіону та країни досліджували чимало вчених, зокрема, особливої уваги потребують праці Х.Лошковської, Ч.Лендрі, К.Павлова [2].

Також вагомим внеском в розвиток теорій сучасних інноваційних галузей розвитку регіону за основними системоутворюючими факторами росту міст та регіонів стали креативні та соціальні індустрії служать напрацювання: А. Людвана, Р. Нельсона, К. Фрідмена, які майже одночасно заклали розуміння важливості дослідження понять та категорій в стратегії розвитку міст та регіонів. Зокрема Р. Нельсон досліджував лишень технологічні інновації, Б. А. Людван і М. Фрідмен орієнтувалися в основному на інституціональних, соціальних, управлінських та освітніх інноваціях. Тому актуальними на сьогодні є теоретично-методологічний інструментарій оцінки креативних та соціальних індустрій в тенденції розвитку «розумних міст» регіону, що і спричинило появу мети та завдань наукового дослідження.

Мета і завдання статті полягає в дослідженні категорій «розумне місто» та «креативні індустрії», як інноваційного вектору розвитку регіону та отримання соціального та економічного ефекту.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. Теоретики та практики виокремлюють чотири напрями «розумних міст»: динамічність та мобільність суб'єктів, охорона здоров'я, соціальна безпека громадян, продуктивність регіону в умовах децентралізаційних змін. Сінгапур виступає лідером «розумних міст» через маленьку наповненість діяльності в межах зазначених категорії, випереджаючи водночас Лондон, Нью Йорк, Сан-Франциско, Сеул та інші. Досвід Сінгапура, свідчить, що владні структури проявляють неабияку турботу про людей пенсійного віку. Для прикладу, кожен пенсіонер забезпечений мобільним пристроєм, який відстежує його стан здоров'я, сигналізує в разі чого лікарям. Окрім того, надзвичайно велика увага приділяється безпеці життя, що відображено у пошуках «Інтернет речей», де об'єднуються даними, джерелами освітлення задля поліпшення якості послуг. Затверджені Juniper, концепція «розумних міст» спроможна замінити щорічно 125 годин робочого часу кожного працівника за рахунок оптимізації роботи комунальних транспортних міських служб. Тому за своїм змістом «розумне місто» є взаємоузгодженою системою технологій та інновацій, з наявністю креативних та соціальних індустрій, які взаємодіють з державними органами влади, з адміністративними та транспортними мережами в енергопостачанні, водопостачанні, житті та охороні здоров'я. Попри все «розумне місто» ставить за мету, досягнення успіхів у декількох напрямках [4]:

1. соціальної користі жителям;
2. економічність через енергоефективність;

3. тотальна економія часу;
4. видозміна масштабів та культурних індустріальних осередків міст;
5. підвищення інформаційно-комунікаційних технологій (вдосконалення системи міського транспорту, оновленої системи водопостачання та охолодження будинків, оптимізація механізмів технологічної утилізації відходів);
6. створення економічних багатофункціональних «розумних» будинків, які б могли мінімізувати використання енергії та максимізувати час її використання шляхом застосовування спеціальної комп'ютерної технології.

Основним елементом концепції «розумних міст» є підвищення електронних навичок, кваліфікації, креативності, інноваційності, рівня освіченості самих жителів міст та регіону, а також покращення здоров'я та культурні видозміни, інтерактивний вид управління, інформаційне креативне споживання товарів та послуг при умовах принципів енергоефективності та зменшення викидів парникових газів [9].

З точки зору підприємницького доходу креативні індустрії застосовуються в основному на малих та середніх підприємствах по виробництву творчих товарів та послуг. До останніх слід віднести: архітектуру, художнє мистецтво, антикварний бізнес, дизайн, кіноіндустрію, комп'ютерну індустрію, розважальну сферу, музику, мистецтво, телебачення, радіо та інтернет. Ретроспективний аналіз суті та значення креативних індустрій в контексті реалізації концепції «розумне місто». Основними завданнями дослідження є різнобічне виявлення теоретичних та практичних підходів до перешкод поширення концепції «розумне місто» серед регіонів України, врахування досвіду «розумних міст» Європи, модернізація шляхів запровадження концепції «розумне місто», включаючи фінансові джерела реалізації [1].

Самі по собі креативні індустрії є запорукою успішного розвитку міст та відображені є в класифікаційній стратегії України (так званої «дорожньої карти» майбутнього розвитку торгівлі) станом до 2021 року.

Зокрема сфера креативних індустрій розповсюджується на послуги моди, дизайну, які включають графічний, промисловий та побутовий дизайн. Дозвільні послуги зосереджуються на кінематографі, телебаченні та радіомовленні, кіноіндустрії, видавничими та візуальними видами. Культурні послуги акумульовані в творчих ремеслах, декоративно-прикладній майстерності, організованих фестивалях, бібліотеці, музеях, виставках тощо.

Результатами креативної сфери індустрії в Україні за відносно невеликій проміжок часу вдалося працевлаштувати 7 мільйонів працівників. Однак Україна ще достатньо відстає від досвіду Європейських країн. Зрозуміло, що базисним центром впровадження креативу підприємницьких структур є малі підприємства, які не мають можливості капіталізувати та використовувати схему розширеного відтворення.

До уніфікованих підходів стосовно ролі та місця креативного сектору, слід органічно поєднати 5 ключових секторів розвитку:

- існування мережі професійних та креативних асоціацій;
- впровадження системи безперервної освіти засадам інноваційності та креативності з подальшим зміцненням організаційного потенціалу усіх учасників освітнього процесу;
- сприяння розвитку бізнес-інкубаторів;
- утворення креативних осередків (хабів) та кластерів;
- взаємопереплетення інноваційних та креативних індустрій між регіонами та країнами.

Типовим прикладом втіленням окреслених напрямів є Великобританія, де вперше міста стали осередком розвитком не лише креативних інновацій, але й креативної інфраструктури. Вагомим досягненням в даному напрямі став впорядкований державою підхід створення необхідного інституційного середовища (агенцій підтримки, грандові програми, доступні кредити, творче підприємництво). В результаті вдалося працевлаштувати близько 7 млн. Осіб та помітно збільшити надходження до бюджетів різних рівнів. Окрім того з Великобританії на разі почав активно розвиватися інший вид креативних індустрій, який відомий як цифрові технології.

Зрозуміло що таке різноманіття видів творчих індустрій є викликом часу та постіндустріального способу виробництва, який є ознакою високорозвиненої країни. Саме тому індикатором творчих індустрій є «розумні міста», оскільки вони характеризуються високим рівнем насиченості ринків

споживчими товарами та послугами. Там присутній достатній рівень демократизації, залучених інвестицій, вакантних робочих місць та швидкий обіг капіталу. «Розумні міста» є своєрідними синтезуючими осередками стабільності, винахідливості, якості, комфортабельності, престижності. Чим вища якість життя міста, тим більшим соціально-економічним потенціалом воно володіє у конкурентній боротьбі з іншими містами. Це власне і пояснює збільшення прибутковості таких креативних компаній у сфері обігу, як «New Corporation», «Microsoft», «Disney», які пов'язані з кіноіндустрією та інформаційними технологіями, на відміну від найвпливовіших компаній світу 50-х років, таких як: «Ford», «Standard oil», «General Electric» та інших, які є застарілими та поступилися новим елементам креативної економіки.

Основним засновником концепції «розумного міста» із звичайних міст виступає Європейський Союз. Рядом документів розпочато відлік згаданої концепції, а саме 2009 рік затверджено Промисловою ініціативою щодо «розумних міст та спільнот», основне завдання якої є формування вуглецевої економіки до 2020 років на принципах енергоефективності та екологічної безпеки в енергетиці та транспорті. З 2012 року розпочато Європейське інноваційне партнерство щодо «розумних міст та спільнот» (The European Innovation Partnership for Smart Cities and Communities), де попередні принципи промислової ініціативи ЄС поєднувалися з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. 14 жовтня 2013 року ЄС було прийнято Стратегічний сценарій запровадження концепції «розумних міст» на граничних теренах (Strategic Implementation Plan), а у 2014 році його вдалося успішно реалізувати в програмі «Горизонт 2020». Загалом Європейським Союзом за період 2011-2015 років на формування «розумних міст» фінансовано 450 млн. євро, які заклали процеси модернізації в наступних напрямках: підвищення рівня енергоефективності споруд та транспортно-дорожніх мереж, розумне управління та споживання енергетикою, запровадження нової моделі інформаційно-комунікаційного спілкування, розвиток сфери обслуговування тощо.

Найбільш коштовними інвестиційними програмами модернізації «розумних міст» стали COOPERATE (Контроль та оптимізація для енергетично позитивного сусідства / вартістю у 5837798 євро, BESOS (Система обслуговування енергоефективності будинків для «розумних міст») – 4610598 євро, DAREED (Концепція енергетичного хабу) – 6720937 євро. Найбільша кількість «розумних міст» припадає на Великобританію, Німеччину, Іспанію та Італію [5].

Країнами з найвищою частиною «розумних міст», відносно сумарної кількості усіх міст є: Італія, Австрія, Данія, Норвегія, Швеція, Словенія. Найуспішнішими «розумними містами» в межах ЄС слід вважати: Копенгаген, Стокгольм, Амстердам, Відень, Париж, Берлін, Лондон, Барселона, Мюнхен. На енергетично-екологічні питання «розумних міст» Америка у 2016 році виділила 160 млн. дол. інвестицій, з яких лівова частина припадала на «зелену економіку».

Відносно України та її регіонів, слід відмітити, що побудова та реалізація концепції «розумні міста» перебуває на початковій стадії. Не дивлячись на багаточисельність регіонів нашої країни, елементи концепції «розумне місто» змогли проявити себе лише в столиці. З квітня 2015 року розпочався відлік дії проекту «Kyiv Smart City», що взяв свій початок з вироблення стратегії можливих напрямів та розбудови офіційної дорожньої карти транспорзації Києва. Основним критерієм реалізації даної концепції виступає «розумне врядування» (електронна система врядування, прозорість міських рахунків при роботі державних адміністрацій); «розумне переміщення» (електронізація комунальних програм динаміки транспортних засобів, відстеження зайнятості доріг та парковок, обмеження трафіку), а також «розумне життя» (розширення покриття WI-FI, систем відео нагляду та реєстрації). Однак критерії «розумне довкілля» та «розумна енергетика» наразі залишилися поза увагою, хоча в 2018 році передбачалося реалізувати програму зниження кількості заторів на дорогах до 25%, підвищення використання міського транспорту до 50%. Реалізований проект оцінюється вартістю в 320 млн.грн., які планується отримати із змішаних джерел: державно-приватних партнерів та бізнес-структур [3].

Що стосується інших міст, то ситуація там не така прозаїчна та стратегічна. Оскільки, дуже часто влада не приділяє належної уваги цьому напрямку, не має досвіду та компетентних фахівців та розвивається за ортодоксально-застарілим устроєм.

Основним ініціатором побудови «розумних міст» має бути держава та регіон, де знаходиться дане місто, де ключовими інструментами мають стати фінансові важелі, які згодом впливатимуть і на

креативність, комфортність ініціативність та престижність відповідної регіональної політики. Досить часто, джерелами фінансування є національні фонди, приватний сектор, міжнародні організації [7].

Досвід ЄС свідчить, що близько 1140 млрд. євро європейським містам надано структурними та інвестиційними фондами для реалізації концепції «розумних міст» протягом 2014-2020 років. Більша частина цих коштів припадатиме на розвиток «розумних технологій» енергоефективності, малого та середнього бізнесу регіону, креативних передових ідей. Роль останніх у розвинених країнах Європи, Америці, Південно-Східної Азії важко недооцінити, оскільки вони стали новим інструментом впливу та антикризовим важелем на шляху до «розумного міста». Вони є стратегічними напрямками розвитку націй та регіонів в умовах поліпшення якості життя, людського комітету, здійснення культурної експансії, відновлення своїх цінностей та норм [6].

Роль престижних індустрій в концепції «розумних міст» України є чималою, але реалізовуватися вона зможе за дотримання наступних обставин:

- психологічне сприйняття культурних та соціальних індустрій заходами креативної економіки;
- теоретично-практичних досліджень теми культурних інновацій та «розумних міст», котрі було представлено в літературних джерелах;
- вдосконалення симбіозу законотворчих, фінансових важелів, подальшого механізму для розвитку «розумних міст» та культурних і креативних індустрій;
- підвищення фахівців креативної сфери, достатність інформаційно-комунікативних джерел, тощо, тощо.

Отже, на арені міжрегіональних конкурентних змагань, особливе місце належить концепції створення міського простору, інновацій, споживання творчих ідей в контексті формування регіонів з «розумними містами».

В наукових статтях відбувається все частіше популяризація категорії «розумне місто». На сьогодні цей вислів асоціюється з інноваційним розвитком економіки, створенням передумов задля трансформації нових знань в практичну площину своєї реалізації та забезпечення економічного та соціального ефекту. Інституціональною основою задля отримання досліджуваного статусу «розумні міста» виступають соціальні і креативні індустрії, що є вектором зростання інноваційного потенціалу міста, та з рештою зниження соціального тиску, трансформацію вигляду самих міст та покращення в економічному та культурному сенсі життя громадян.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Виникнення основних змін у господарських сферах життя носять сміливий характер, періодично надаючи перевагу різним сферам економіки, соціології, культури, урбанізації. Видозміни торкаються і креативного підходу функціонування міст, як осередків господарського життя регіону та держави загалом. В свою чергу, це впливає на необхідність змінення спектрів регіональної політики, щодо пріоритетності залучених людських ресурсів виключно з креативним мисленням та практичними підходами до його реалізації. Тому соціальні та креативні індустрії варто визначити в позиції основних сфер, в яких вони в процесі відтворення функціонують через кругообіг: виробництва, розподілу, обміну та споживання. Виробництво, як первинна сфера розпочатого циклу розуміє під собою поєднання інтелектуальних, інноваційних та соціальних ресурсів.

Обмін обумовлює процес заміни грошової винагороди на інтелектуалізацію та реалізацію раніше створених креативних результатів та послуг, розподіл означає розповсюдження різноманітними шляхами та каналами збуту товарів та послуг креативного та соціального підприємства, а на останній стадії циклу відбувається безпосереднє споживання корисних властивостей товарів та послуг креативної діяльності. В той же час, не дивлячись на те, що креативні індустрії поряд з наукою та високими технологіями служать поштовхом до інноваційної економіки, теоретично-практичні дослідження цієї проблеми є м'яко кажучи слабо дослідженими. Тому креативна економіка, як новий вектор розвитку трансформації для мезо та макроекономічних систем вимагає негайного дослідження цього питання.

Джерела та література

1. Журавльов В. А. Креативное общество, креативная экономика и инновации. URL:<http://bgsience.ru/lib/10787>.
2. Лендри Ч. Креативный город. М. : Издательский дом «Класика XXI», 2005.

3. Лошковська Х.С. Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2014. №119(1). С.153-158.
4. Павлов К. В., Павлова О. М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України: монографія. Луцьк : видавництво «Терен», 2019. 542 с.
5. Ревчун Б. Г. Від «креативної економіки» до «креативного суспільства». *Економіка України: щомісячник політично-правовий*. 2010. №11. С.70-78.
6. Сметаненко С. В. Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології): монографія. К. : КНБУ. 2008.
7. Стрішенець О. М., Павлов К. В. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2016. Випуск 1 (47). Том 2. С.35-38.
8. Турський І. В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua>.
9. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнаревой, по рез. А. Михалевой: Национальный университет «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом «Высшей школы экономики». 2014. 456 с.

References

1. Zhuravlov V.A. (2010). Kreativnoe obschestvo, kreativnaya ekonomika i innovatsii [The creative community, creative economy and innovations] Problemyi razvitiya innovatsionno-kreativnoy ekonomiki - Problems of development of innovative-creative economy 11-15. Available at: <http://bgsience.ru/lib/10787>.
2. Lendry Ch. (2005). Kreativnyi gorod [The Creative City A Toolkit for Urban Innovators]. Moskva: Izdatelskiy dom «Klasika XXI». Russian.
3. Loshkovska Kh.S. (2014). Kreatyvni industrii yak suchasnyi sehment stratehichnoho rozvytku krain svitu [Creative industries as a modern segment of strategic development of the countries of the world] Akutalni problemy mizhnarodnykh vidnosyn - Urgent problems of international relations 119(1) , 153-158.
4. Pavlov K. V., Pavlova O. M. (2019). Formuvannya ta rehulyuvannya konkurentnykh vidnosyn na rehional'nykh rynkakh zhytla Ukrayiny. [Formation and regulation of competitive relations in regional housing markets of Ukraine]. Monograph. Vydavnytstvo «Teren». Lutsk. Ukrainian.
5. Revchun B.H (2010). Vid «kreatyvnoi ekonomiky» do «kreatyvnoho suspilstva» [From "creative economy" to "creative society"] Ekonomika Ukrainy: shchomisiachnyk politychno-pravovyi - Economy of Ukraine: monthly political and legal 11, 70-78.
6. Smetanenko S.V. (2008.) Instytutsionalnyi analiz ekonomichnykh system (problemy metodolohii) [Institutional analysis of economic systems (problems of methodology)] Kyiv: KNVU. Ukrainian.
7. Strishenets O. M., Pavlov K. V. (2016). Osoblyvosti konkurentnykh vidnosyn na rehional'nykh rynkakh nerukhomosti. [Features of competitive relations in regional real estate markets]. Naukovyy visnyk uzhhorods'koho universytetu. Seriya «Ekonomika» - Uzhgorod University Scientific Bulletin. Economy series. 1(47). V.2. 35-38.
8. Turskyi I.V. Hlobalni ta rehionalni trendy kreatyvnykh industrii ta perspektyvy yikh rozvytku v Ukraini [Global and regional trends of creative industries and prospects of their development in Ukraine] Available at: <http://elartu.tntu.edu.ua>.
9. Hezmondalsh D. (2014) Kulturnye industrii [Cultural Industries]. (I. Kushnarevoy i A. Mihalevoy, Trans.) Moskva: Izd. Dom «Vyisshey shkoly ekonomiki». Russian.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2019 р.