

СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 332.1-026.15(477)(045)

Адамович М.П.
*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національного авіаційного університету*

КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Статтю присвячено аналізу креативного сектора економіки України. Обґрунтовано вибір на користь креативного вектору у забезпеченні соціально-економічного розвитку України. Дано оцінку поточному стану креативних індустрій України, визначено їх роль у генеруванні ВВП та визначальні проблеми розвитку. Запропоновано ключові орієнтири оптимізації стратегії соціально-економічного розвитку України у напрямі розбудови «креативної економіки».

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, креативний клас, креативність, творчий потенціал, соціально-економічний розвиток.

Адамович М.П. КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Стаття посвящена аналізу креативного сектора економіки України. Обоснован вибор на користь креативного вектора в забезпеченні соціально-економічного розвитку України. Дана оцінка поточному стану креативних індустрій України, встановлена їх роль в генеруванні ВВП і основні проблеми розвитку. Предложено ключевые ориентиры оптимизации стратегии социально-экономического развития Украины в направлении становления «креативной экономики».

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, креативный класс, креативность, творческий потенциал, социально-экономическое развитие.

Adamovych M.P. THE CREATIVE SECTOR IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

The article analyzes the creative economy of Ukraine. The choice for the creative sector in the socio-economic development of Ukraine was substantiated. The estimate of current state of Ukrainian creative industries was done, as also their role in generating GDP and development problems was defined. The key benchmarks of optimization the strategy of socio-economic development of Ukraine towards building the «creative economy» were suggested.

Keywords: creative economy, creative industries, creative class, creativity, creative potential, socio-economic development.

Постановка проблеми. Висхідний вектор глобального економічного розвитку на початку ХХІ ст. обумовлений зростанням ролі та значення соціокультурних чинників суспільного та цивілізаційного розвитку, становленням «економіки знань» та інформаційного суспільства. Заразом відбулася зміна виробничої спеціалізації країн, що претендують на глобальне економічне лідерство, із промисловості на сферу послуг, із низькопродуктивних галузей народного господарства на високопродуктивні чи відносно продуктивніші.

Висока продуктивність праці у розвинених країнах нині забезпечується за рахунок упровадження нових методів виробництва та управління, нових форм організації виробництва, ефективного використання всіх переваг науково-технічного прогресу та людського капіталу, а не максимального використання фізичного ресурсу робочої сили. Так, уже у другій половині ХХ ст. приріст реального національного доходу розвинених країн тільки на третину забезпечувало збільшення затрат праці, тоді як дві третини – підвищення продуктивності праці.

На початку ХХІ ст. взаємозв'язок між зростанням національного доходу і підвищенням продуктивності праці як зберігає свою актуальність, так і знаходить нове вираження через призму соціокультурного компоненту економічного розвитку національних економік. Основу останнього становить людина-індивід – яскрава особистість, що може творчо підходити до

вирішення поставлених завдань, суттєво підвищувати додану вартість продукту через утілення нових ідей та рішень, забезпечувати унікальність продукту шляхом підвищення його креативної складової.

Україна, що нині здійснює важливий цивілізаційний вибір між Заходом та Сходом, прогресом та поверненням у минуле, демократичними цінностями та усталеним пострадянським укладом усіх сфер суспільного життя, ринковою економікою та адміністративно-командною системою, потребує нових шляхів розвитку, які б відповідали її національним інтересам та навколишнім реаліям, однією з яких є формування та динамічний розвиток креативного сектору світової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дж. Хокінс [1] – один з основоположників концепції «креативної економіки» (2001 р.) – обґрунтував застарілість традиційної економіки, основу якої становлять традиційні фактори виробництва (земля, праця та капітал), і невідмінний перехід до «креативної економіки», в основу якої покладено творчі здібності особистості.

Р. Флоріда [9] виокремив креативний клас робочої сили і здійснив його ґрунтовний аналіз.

Проблематику «креативної економіки» та «креативних індустрій» піднімали й українські дослідники. І. Вахович та О. Чуль [8] досліджено теоретичні засади розвитку креативних індустрій та розроблено практичні рекомендації із забезпечення їх розвитку на регіональному рівні та в Україні. Л.І. Антошкіна [11]

обґрунтувала необхідність розвитку креативного сектору України. С.В. Киризюк [10] здійснив детальний аналіз міжнародних та вітчизняних тенденцій розвитку креативної економіки.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак деякі аспекти розвитку креативних індустрій та «креативної економіки» в Україні досі залишаються недостатньо дослідженими, а саме: поточний стан розвитку креативних індустрій та їх вклад у формування ВВП, доцільність підвищення творчого складника національної економіки, роль «креативної економіки» у забезпеченні соціально-економічного зростання України.

Мета статті полягає в оцінці доцільності та визначенні напрямів використання інструментарію «креативної економіки» у забезпеченні соціально-економічного розвитку України.

Вклад основного матеріалу дослідження. Початок ХХІ ст. ознаменувався як низкою економічних потрясінь, так і новими тенденціями глобального економічного розвитку. Серед них – перетворення «економіки знань» на невід’ємну складову частину глобального економічного лідерства країн та перехід до розвитку вже «креативної економіки», яку розглядають як сповісника початку постінформаційної епохи. Зокрема, Дж. Хокінс [1] у концепції «креативної економіки» наголошує на тому, що саме «креативна економіка» у майбутньому неодмінно перетвориться на панівну форму національної економіки. Основна відмінність «креативної економіки» від «економіки знань» полягає у тому, що для неї знання та інформація – ресурси, а от рушійною силою та ключовим елементом є творчість та творчий процес.

Поняття «креативна економіка» часто зустрічається в одному синонімічному ряду з такими поняттями, як «креативні індустрії» чи «культурні індустрії». Але вони все ж таки відмінні між собою, спираючись на основоположні принципи концепції «креативної економіки» Дж. Хокінса [1].

Креативна індустрія відповідає певній галузі народного господарства, і, відповідно, творчий процес обмежується межами галузі, рушієм виокремлення та розвитку якої виступають індивідуальна творчість, талант та вміння індивіда. До креативних індустрій належать реклама та маркетинг, архітектура, ремесла, дизайн (продукту, одягу та графічний), кіно- та відеоіндустрія, телебачення, радіомовлення, фотографія, ІТ, обслуговування комп’ютерного обладнання та програмного забезпечення, видавнича справа, музеї, галереї, бібліотеки, музика та візуальне мистецтво [2, с. 32].

У межах креативних індустрій відбувається продукування креативних товарів та креативних послуг (рис. 1).

Частка креативних індустрій у світовому ВВП та світовій торгівлі демонструє позитивну динаміку у довгостроковому періоді. Найбільш розвинутим є креативний сектор розвинених країн, що повною мірою відповідає їх постіндустріальній фазі розвитку. Так, в ЄС креативні індустрії генерують 4,5% ВВП і близько 8,5 млн. робочих місць. У деяких країнах – членах ЄС роль креативних індустрій у формуванні ВВП є ще вищою. Наприклад, у Великій Британії в 2013 р. креативні індустрії продукували 5,04% валової доданої вартості [2, с. 19].

Поняття «креативна економіка» є значно ширшим за поняття «креативні індустрії» і ґрунтується на визнанні того факту, що творчість має місце в усіх галузях народного господарства і творчість, талант та індивідуальні уміння особистості повинні превалювати у прийнятті нестандартних рішень усім фахівцями незалежно від сфери їх зайнятості, що й забезпечує динамічне та комплексне соціально-економічне зростання країни.

У світі, що стоїть на порозі переходу до постінформаційної епохи, Україна не може залишатися осторонь вищезазначених процесів, оскільки в такому разі остаточно перетвориться на світову периферію і закріпиться як аграрно-індустріальний придаток уже не тільки розвинених країн, але й країн, що розвиваються. Крім того, розвиток як креативних індустрій, так і «креативної економіки» повністю відповідає задекларованим принципам та векторам соціально-економічного розвитку України.

Так, метою Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» визначено впровадження європейських стандартів життя та вихід країни на провідні позиції у світі [4], що нині неможливо здійснити без розвитку «креативної економіки», що створює високу додану вартість продукції на основі винятково творчості, таланту та індивідуальних умінь особистості і яка становить вагомий частку найбільш розвинених економік світу.

Крім того, нині Україна опинилася у складних життєвих обставинах, але в умовах, що сприяють розвитку як креативних індустрій, так і креативності у забезпеченні зростання національної економіки. Найбільш вагомими з них такі.

1. Питання національної ідентифікації та цивілізаційного вибору, одним з вимірів якого є економічний, постало з новою гостротою. Це і вибір між приналежністю до європейського суспільства, що сповідує демократичні за своєю суттю цінності, чи до сім’ї слов’янських народів, де зберігається пострадянський (видозмінений радянський) уклад усіх сфер суспільного життя. Це і вибір між ринковою економікою західного зразка та адміністративно-командною системою пострадянського типу, що превалює в економіках східних та північно-східних сусідів України. Це і вибір між приналежністю до числа країн «золотого мільярду» чи таких, що наближаються до них, і рештою країн світу, що означає для України розвиток до

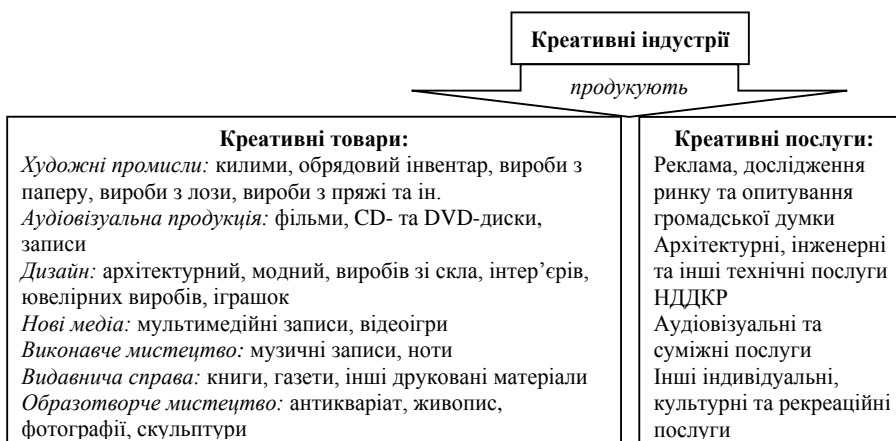


Рис. 1. Креативні товари та креативні послуги

Джерело: складено автором на основі [3]

рівня постіндустріального суспільства чи збереження застарілої технологічної укладності національної економіки, що відповідає індустріальній епісі.

2. Економічна криза, основні причини якої: окупація частини території України, на якій сконцентровано потужні промислові підприємства галузей традиційного експорту та значні обсяги природних енергетичних ресурсів; розрив традиційних внутрішньоекономічних зв'язків унаслідок окупації частини території; знищення потужних промислових об'єктів у зоні проведення АТО; суттєве скорочення зовнішньоторговельного обороту та загострення політичних протиріч із Російською Федерацією; переорієнтація економіки на принцип ринкового ціноутворення та ін. Вихід з економічної кризи потребує пошуку нових шляхів економічного зростання та забезпечення економічного процвітання, оскільки характер кризи відмінний від традиційного (несприятлива ринкова кон'юнктура, перевиробництво та ін.).

3. Особливості ресурсного забезпечення економіки. Основною проблемою залишається енергетична залежність України від імпорту енергоресурсів, що у поєднанні з великою енергоємністю виробництва знижує конкурентоспроможність українських товарів на світових ринках. Окрім того, запаси природних ресурсів країни обмежені, і велика їх частина зосереджена на окупованих територіях та у зоні проведення АТО, що робить їх недосяжними. Тоді як недооціненим залишається людський капітал – майже необмежений ресурс. Так, конкурентною перевагою України протягом багатьох років була відносно дешева робоча сила, яку використовували іноземні компанії (наприклад, розвиток виробництва на основі давальницької сировини). А висококваліфіковані кадри емігрували до інших країн, з оплатою праці суттєво вищою, ніж в Україні. Тобто, незважаючи на задекларовану у різні роки у стратегіях соціально-економічного розвитку країни орієнтацію на побудову інформаційного суспільства, інноваційної економіки, «економіки знань» та ін., у дійсності керівництво держави спиралося на приваблення іноземних інвесторів відносно дешевими факторами виробництва, а не здійснювало розбудову національної економіки на основі повноцінного використання внутрішнього ресурсу – людського капіталу, адже рівень людського розвитку України – високий (81-е місце за Індексом людського розвитку у 2015 р. із числовим показником 0,747 [5, с. 209]), рівень освіти та грамотності населення – достатній для продукування та споживання креативних товарів та послуг.

Окрім обставин, сприятливих для здійснення вибору на користь розвитку «креативної економіки» в Україні, цьому сприяє й менталітет українців, притаманними рисами яких є кмітливість, винахідливість, працьовитість, хитрість тощо. Здавна українська нація відома по всьому світі і своїми талантами у сфері культури. Тобто Україна має сприятливу базу для зростання частки креативного сектору у ВВП, підвищення творчого складника всіх процесів, товарів та послуг і проникнення креативних та нестандартних рішень у всі галузі народного господарства, що суттєво підвищить створювану у них додану вартість.

Креативні індустрії розвиваються в Україні, але оцінити їх дійсний внесок у ВВП країни складно виходячи зі специфіки представлення статистичної інформації Державною службою статистики України. Так, згідно з КВЕД-2010, креативні індустрії належать до таких секцій видів економічної діяльності, як «інформація та телекомунікації», «професійна, наукова та технічна діяльність», «мистецтво, спорт, розваги та

відпочинок». Але до цих секцій також належить діяльність, що не відповідає емоності поняття «креативні індустрії». Наприклад, до секції «наукова та технічна діяльність» також належить діяльність у сферах права та бухгалтерського обліку, ветеринарна діяльність та діяльність головних управлінь (хед-офісів).

Внесок креативних індустрій у ВВП України вимірюється як обсяг валової доданої вартості, яку вони створюють, що демонструє сталу тенденцію до зростання у довгостроковому періоді у фактичних цінах (табл. 1).

Таблиця 1
Обсяг валової доданої вартості, створеної креативними індустріями України, млрд. грн. (у фактичних цінах)

Секція видів економічної діяльності за КВЕД-2010	2010	2011	2012	2013	2014
Інформація та телекомунікації	33,01	38,39	43,38	48,37	52,72
Професійна, наукова та технічна діяльність	27,27	30,47	41,97	47,71	47,14
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6,07	7,16	9,73	12,70	12,34

Джерело: складено на основі [6, с. 51]

Серед секцій видів економічної діяльності, що відображають активність креативних індустрій України, найбільший внесок у ВВП здійснює «інформація та телекомунікації», частка якої у ВВП була наближеною до 3% у 2010–2013 рр., а в 2014 р. становила 3,32%. Далі йде секція «професійна, наукова та технічна діяльність» (не повністю може бути віднесена до креативних індустрій), частка якої у ВВП була наближеною до 3% у 2010–2012 рр. та в 2014 р. і досягла 3,26% у 2013 р. І менше 1% ВВП формує секція «мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» (рис. 2).

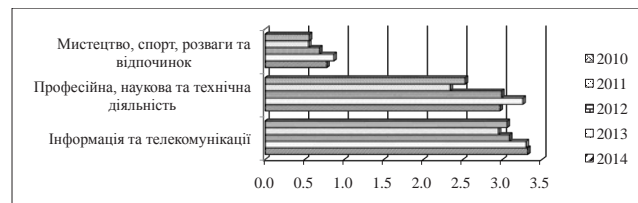


Рис. 2. Частка креативних індустрій у ВВП України, %

Джерело: складено на основі [6, с. 51]

Найбільший обсяг реалізованої продукції підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності, що відповідають креативним індустріям, у І кварталі 2016 р. також припадає на секцію «інформація та телекомунікації», з якого більше двох третин – на «комп'ютерне програмування та надання інших інформаційних послуг». Користувалися попитом також рекламна діяльність та дослідження кон'юнктури ринку, інша професійна, наукова та технічна діяльність, діяльність у сферах архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження (табл. 2).

Функціонування креативних індустрій забезпечує робоча сила, а отже, розвиток креативного сектору економіки супроводжується створенням нових робочих місць і разом із тим підвищенням соціального добробуту країни. Однак креативний робочий клас суттєво відрізняється від інших робочих класів, оскільки креативність спирається на прикладну уяву,

інтелект, винахідливість та самонавчання [8, с. 18]. І, як влучно відмітив Р. Флоріда, робочий клас отримує заробітну плату за виконання роботи згідно з планом, а креативний клас – проектуючи та створюючи щось нове [9, с. 24]. Для цього креативні особистості потребують сприятливого середовища для творення, невід’ємною рисою якого є готовність суспільства сприймати та споживати креативний товар чи послугу (обумовлено рівнем соціально-економічного розвитку, менталітетом, передусім толерантністю та схильністю до сприйняття нового тощо), зовнішньої та передусім внутрішньої мотивації, певної автономності, незалежності та гнучкості у роботі.

Незважаючи на те що економіку України не можна назвати сприятливим середовищем для комфортної творчої діяльності креативної особистості, деякі зрушення у бік покращання ситуації все ж таки мають місце. Велику роль у цьому відіграють потужні ТНК та іноземні роботодавці, що виїшли на ринок України. Зокрема, відбувається зростання самозайнятості, поступовий перехід від фіксованого до гнучкого графіку роботи, переорієнтація зі знаходження на робочому місці у чітко встановлений робочий час на виконання поставленого завдання чи досягнення певної мети, перехід до проектного підходу до організації праці та ін.

Найбільш сприятливим середовищем для розвитку творчого потенціалу в Україні є сфера ІТ, де замовниками виступають іноземні інвестори. Це і високий рівень оплати праці, і комфортні умови працевлаштування для ІТ-фахівців (гнучкий графік роботи, проектний підхід, увага до соціалізації працівників, постійного навчання та вдосконалення навичок тощо).

Рівень автономності, незалежності та гнучкості, а також специфіка зовнішньої та внутрішньої мотивації зайнятого у креативній індустрії визначаються специфікою його роботи та самої індустрії. Р. Флоріда [9] запропонував власну структуру креативного класу, побудовану на основі ступеня творчості виробничого процесу, і виокремив «суперактивне ядро» – професії, пов’язані з програмуванням, архітектурою, математикою та інженерією, професії у сфері соціальних та природничих наук, розваг, мистецтва, дизайну, спорту та ЗМІ, та «креативних професіоналів» – професії у сфері бізнесу, фінансів, маркетингу, права та охорони здоров’я. Відповідно, «суперактивне ядро» як професії найвищого рівня креативності потребує більшої автономності, гнучкості та незалежності, тоді як «креативні професіонали» – меншої.

Креативний сектор економіки об’єднує бізнес-структури незалежно від їх розміру та організаційно-правової форми, традиційні організації культури

(музеї, театри, бібліотеки тощо) та посередницькі агенції між органами державної влади та бізнесом. Значення мікро-, малих та середніх підприємств, навіть в індустріях, де домінують ТНК, є великим, а часто і визначальним для розвитку галузі [10, с. 69]. Ці тенденції – актуальні як для світової економіки, так і національної економіки України.

Розвиток креативних індустрій в Україні має яскраво виражену урбаністичну орієнтацію (центри розвитку – Київ, Львів, Дніпро, Одеса, Харків, Запоріжжя та інші великі міста) та кластерну організацію (ІТ-сфера, мистецтво, мода, дизайн) [11, с. 9].

Разом із тим креативний сектор України зазнає впливу низки проблем розвитку креативних індустрій та «креативної економіки», основні з яких:

- недостатньо розвинена законодавча база: нерегульована низка питань, пов’язаних з функціонуванням креативних індустрій, законодавство не сприяє розвитку «креативної економіки», низка креативних професій відсутня у класифікаторі професій, особливо гостро стоїть питання захисту авторських прав;

- бюрократія: це і складність та довготривалість реєстрації приватного підприємства та оформлення інших дозвільних документів, і бюрократія у прийнятті рішень (ідея повинна пройти складне обговорення та ухвалення на багатьох рівнях, перш ніж буде втілена, що часто призводить до суттєвої трансформації першочергового задуму в бік зниження його інноваційності та радикальності чи застарілості рішення на момент його виходу на ринок). Тоді як визначальною характеристикою «креативних економік» є гнучкість в управлінні та відкритість інноваціям;

- відсутність єдиної державної стратегії / програми / політики розвитку «креативної економіки» та креативних індустрій і дієвих та ефективних механізмів та інструментів її реалізації, а також механізмів та інструментів реалізації вже прийнятих стратегій / програм / політик розвитку національної економіки України та її окремих галузей, що визначають творчий підхід, знання, інформацію та інновації ключовими факторами розвитку та зростання;

- велика частка тіньового сектору креативних індустрій (наприклад, креативні товари та послуги безперешкодно поширюються через соціальні мережі та Інтернет-сайти без юридичного оформлення підприємницької діяльності), що зумовлено як перерахованими вище проблемами, так і фактичною відсутністю юридичної відповідальності за роботу без дозвільних документів та ухиляння від сплати податків;

- низький споживчий попит на креативні товари та послуги на внутрішньому ринку та їх низька диференціація за регіонами. Основні при-

Таблиця 2

Обсяг реалізованої продукції підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності, що відповідають креативним індустріям, у I кварталі 2016 р., млрд. грн.

Вид економічної діяльності за КВЕД-2010	Обсяг
Інформація та телекомунікації	24,10
Видавнича діяльність, виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів, діяльність у сфері радіо та телевізійного мовлення	3,08
Комп’ютерне програмування та надання інших інформаційних послуг	7,60
Професійна, наукова та технічна діяльність	10,86
Діяльність у сферах права, бухгалтерського обліку, архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження, діяльність головних управлінь (хед-офісів), консультування з питань керування	4,31
Наукові дослідження та розробки	1,58
Рекламна діяльність і дослідження кон’юнктури ринку, інша професійна, наукова та технічна діяльність, ветеринарна діяльність	4,97
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	0,84

Джерело: складено на основі [7, с. 5]

чини: низький рівень доходів українців та висока вартість життя в Україні – відсутність чи невеликий обсяг бюджету на креативні товари та послуги українського виробництва; одновекторність світосприйняття і слідування застарілим поведінковим моделям та прийнятому укладу життя, особливо в регіонах; відсутність толерантності до незвичного та екстраординарного;

- кадрове забезпечення та застарілість системи освіти. Особливо відчутні нестача професіоналів у сфері мистецтва, моди та дизайну (арт-менеджери, продюсери, дизайнери міжнародного рівня, куратори творчих проєктів та ін.), відсутність посередників між творцями та споживачами (критики, колекціонери, цінителі-професіонали). Система освіти в Україні орієнтована на підготовку кадрів, що діють за шаблоном, а не спонукає до вираження креативності та творчого підходу до вирішення поставлених завдань.

Отже, креативний сектор в економіці України є сформованим, розвивається та збільшує вклад у генерування ВВП. Але вектор на побудову повноцінної «креативної економіки» ще не обраний до реалізації, хоча її привабливість як основи стратегії соціально-економічного зростання України нині, в умовах, що склалися, є надзвичайно високою. Очікувані ефекти від усебічного розвитку та динамічного зростання креативного сектору економіки України: вихід країни із перманентної економічної кризи, соціально-економічне зростання, підвищення інноваційності економіки, створення нових робочих місць, зменшення розриву у рівнях соціально-економічного розвитку з розвиненими країнами, зміна суспільної свідомості та закріплення нового типу мислення, що відповідає сучасним реаліям. Але отримати такі ефекти можна тільки в разі переорієнтації країни на розбудову «креативної економіки», що передбачає внесення змін до стратегії соціально-економічного розвитку України (рис. 3), вироблення дієвих механізмів та інструментів її реалізації.

Висновки. Побудова «креативної економіки» та розвиток креативних індустрій, незважаючи на відносно новизну наукової концепції, вже перетворилися на неодмінну складову частину соціально-економічного зростання та вектор розвитку не тільки розвинених країн, але й низки країн, що розвиваються і претендують на глобальне економічне лідерство.

Для України розбудова креативного сектору економіки – не тільки наслідування актуальних трендів глобального економічного розвитку, що дасть змогу зберегти поточні позиції у світовому господарстві, а можливо, й покращити їх, але й шлях до виходу зі складної внутрішньоекономічної ситуації та забезпечення соціально-економічного зростання за рахунок максимального використання вже наявного і практично необмеженого ресурсу, а саме людського капіталу, якість якого є достатньою для продукування та споживання креативних товарів та послуг.

Креативні індустрії сформовані в економіці України, але потребують подальшого становлення, закріплення позицій та розвитку. Крім того, відчутні диспропорції в бік більшого розвитку одних індустрій і формування тільки слабких обрисів інших. А креативність та творчий підхід до пошуку рішень пови-

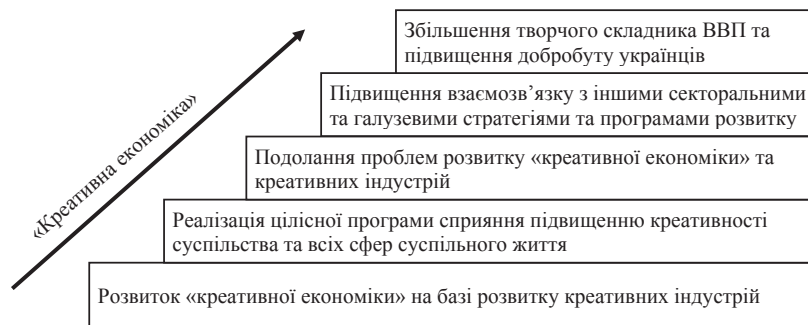


Рис. 3. Складові частини стратегії соціально-економічного розвитку України, орієнтованої на побудову «креативної економіки», у порядку їх логічної реалізації

Джерело: розроблено автором

нні бути закладені не тільки в основу креативних індустрій, але й перетворитися на ключову компоненту національної економіки України. Для досягнення такого результату передусім повинні бути подолані проблеми, що стримують, а іноді й унеможливають становлення та розвиток креативних індустрій та «креативної економіки», і внесені корективи у стратегію соціально-економічного розвитку України щодо обрання креативного вектору ключовим у забезпеченні соціально-економічного зростання.

Проблематика як теоретичного осмислення «креативної економіки» та креативних індустрій, так і їх практичне втілення на рівні світової, регіональної та національних економік (у тому числі економіки України), що знаходиться у постійній динаміці, потребує подальшого дослідження та опрацювання, що становить нові ніші та напрями наукового пошуку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хокінс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокінс. – М.: Классика-XXI, 2011. – 256 с.
2. Creative Industries Economic Estimates. Statistical Release / UK Department for Culture, Media and Sport. – January, 2015. – 46 p.
3. Creative economy / UNCTADSTAT [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.
4. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
5. Human Development Report 2015 Work for Human Development / United Nation Development Programme. – New York, 2015. – 273 p.
6. Національні рахунки України за 2014 рік: статистичний збірник / За ред. І.М. Нікітіної. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 179 с.
7. Діяльність підприємств сфери послуг у I кварталі 2016 року: статистичний збірник / За ред. О.О. Кармазіної. – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 57 с.
8. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: [монографія] / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с.
9. Флоріда Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флоріда. – М.: Классика-XXI, 2007. – 421 с.
10. Киризиук С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С.В. Киризиук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 6. – Ч. 1. – С. 68–72.
11. Антошкіна Л.І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку / Л.І. Антошкіна // Формування ринкової економіки. – 2011. – Спец. вип.: Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи. – Ч. 2. – С. 8–13.