

**Приходько В. П.**  
*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин  
Ужгородського національного університету*  
**Єгорова О. О.**  
*викладач кафедри міжнародних економічних відносин  
Ужгородського національного університету*  
**Джуган О. В.**  
*студентка  
Ужгородського національного університету*

**Prikhodko Volodymyr**  
*Doctor of Science (Economics), Professor  
Head, International Economic Relations Department,  
Uzhhorod National University*  
**Yehorova Olga**  
*Lecturer, International Economic Relations Department,  
Uzhgorod National University*  
**Dzhuhan Olga**  
*Student,  
Uzhhorod National University*

## ДОСВІД ЄС У РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Анотація.** Представлено досвід ЄС щодо розвитку креативної економіки. Автори спираються на визначення поняття креативної економіки, які пропонує UNCTAD. Акцентується увага на загальній та системній політиці ЄС щодо розвитку креативної економіки, спрямованій на просування креативного продукту, підтримку креативних підприємств та особистостей, захист культурної спадщини тощо. Розглянуто програму «Креативна Європа», яка розрахована на період із 2014 по 2020 р. Проаналізовано сучасний стан та динаміку розвитку креативної економіки, зокрема щодо частки зайнятих у креативному секторі, частки товарів та послуг креативних галузей в експорті країн – членів ЄС. Визначено місце країн ЄС у світі за креативністю, спираючись на результати глобальних рейтингів.

**Ключові слова:** креативна економіка, креативна Європа, креативний хаб, креативні індустрії, креативні продукти, інновації.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасний постіндустріальний інформаційний етап розвитку світового господарства характеризується тим, що головним економічним ресурсом стає сама людина з її інтелектуально-креативними здібностями. Тобто такі традиційні ресурси, як земля, праця і капітал, не просто доповнені новим елементом, а фактично зміщуються на другий план. Сьогодні творчі індустрії є одними з найбільш динамічних секторів світової економіки. Підтвердженням цього процесу є нагромадження капіталу в креативних секторах, формування мережі креативних хабів та інших елементів, зростання експорту креативних товарів та послуг, зростання креативного класу населення тощо. Відповідна зміна зумовила початок переформатування як структури економіки окремих країн світу, так і групи країн-лідерів. У цьому контексті цікавим є досвід ЄС в утриманні своїх лідерських позицій у світі шляхом розбудови креативної економіки, спираючись на багату культурну спадщину та проводячи цілеспрямовану відповідну політику. Його актуальність для України зумовлена поширенням на неї деяких інструментів відповідної політики ЄС, а також необхідністю проведення кардинальних економічних реформ задля досягнення задекларованих стратегічних цілей щодо входження до групи країн-лідерів в найближчій стратегічній перспективі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблематики креативної економіки присвячено праці зарубіжних учених, таких як Дж. Гоукінс, І. Левченко, Ч. Лендрі, О. Мельніков, М. Савін О. Степанов, Д. Тапскотт,

Р. Флорида та ін. У них розглядаються як теоретичні, так і практичні аспекти розвитку креативних класу, індустрії, сектору, економіки тощо. Відповідній проблематиці присвятили свої праці й відомі українські вчені, зокрема В. Геєць та О. Дорошенко. Однак розвиток креативної економіки є досить динамічним, що потребує регулярного вивчення та узагальнення відповідного досвіду, зокрема країн ЄС.

**Метою** даної роботи є узагальнення досвіду розвитку креативної економіки в ЄС.

### **Результати дослідження.**

Концепція креативної економіки нині динамічно розвивається. Щодо понятійного апарату, то в матеріалах UNCTAD підкреслюється, що креативна економіка є багатогранною, з огляду на що пропонуються й різні тлумачення цього поняття, наприклад: як еволюційна концепція, яка спирається на взаємодію між творчістю людини та ідеями та інтелектуальною власністю, знаннями та технологіями; як економічна діяльність, заснована на знаннях, на яких базуються креативні індустрії; як сума всіх частин креативних індустрій, включаючи торгівлю, працю та виробництво [1].

Підхід UNCTAD до класифікації креативних індустрій також уважаємо більш уніфікованим та структурованим порівняно з авторськими підходами окремих учених. Він передбачає виокремлення таких груп та підгруп креативних індустрій:

І. Культурна спадщина: традиційна культура (ремесла, фестивалі тощо); культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки, місця розкопок тощо).

II. Мистецтво: образотворче мистецтво (скульптура, фотографія тощо); виконавче мистецтво (вокал, драматичне мистецтво тощо).

III. Медіа: публікації та видавництво; аудіовізуальні твори (фільми, телебачення, радіомовлення); нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо).

IV. Функціональний креатив: дизайн (архітектура, іграшки, ювелірні вироби); креативні послуги (реклама, цифрові й культурні послуги) [2].

У ЄС для підтримки та просування креативних індустрій і розбудови креативної економіки загалом реалізовується відповідна системна політика як на рівні всього Співтовариства, так і на рівні окремих країн-членів. Ядром цієї політики є рамкова програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на період із 2014 до 2020 р. [3].

Основними цілями цієї програми є:

- пропагувати європейське культурне та мовне різноманіття;
- стимулювати економічне зростання та конкурентоспроможність у творчих секторах;
- допомогти творчому та культурному секторам максимально використовувати цифрові технології та розробити нові бізнес-моделі;
- приносити креативні твори широкій аудиторії в Європі та за кордоном.

Програма містить фінансові та інші інструменти розвитку креативності відповідно до визначених цілей. Зазначимо, що ця програма є одним із найбільших проєктів Європейської Комісії культурно-гуманітарного спрямування і дає великі фінансові можливості для розвитку культурного та креативного секторів у країнах – членах ЄС та державах – учасниках «Східного партнерства», у т. ч. і в Україні. Її бюджет становить 1,46 млрд. євро (на 9% більше, ніж у програм-попередників «Культура» та «Медіа») і розподіляється між трьома компонентами так: культура (31%), медіа (56%) та секторальний напрям, спрямований на підготовку та оцінку проєктних пропозицій у сферах культури, аудіовізуальної політики, медіа (13%) [3]. Очікується, що її фінансуваний ресурс охопить близько 250 тис. художників і професіоналів культури та інших суб'єктів та елементів креативного сектору.

Окрім того, креативні індустрії представлені в декількох складниках бюджету ЄС на 2017–2021 рр., зокрема в рамках інвестування у наукові дослідження та інновації, що пояснюється інтегрованістю креативного сектору в економіку ЄС. Створення і пропаганда культури в інтерактивному і глобалізованому світі тісно зв'язані з медіа та цифровими технологіями. Спираючись на досягнення та успіхи минулих флагманських програм ЄС із досліджень та інновацій, Комісія пропонує бюджет у розмірі 100 млрд. євро на період 2021–2027 рр. для Horizon Europe та Euratom Research та Програми навчання. Такі складники, як культура та освіта, відіграють важливу роль у політиках багатьох країн – членів ЄС [4].

У рамках реалізації програми «Креативна Європа» ЄС підтримує ініціативи, які спрямовані на підвищення обізнаності про творчість та спадщину Європи, наприклад такі, як Європейські столиці культури, Дні європейської спадщини та ін. Здійснюється преміювання за креативність, зокрема Премія за культурну спадщину (Europa Nostra Awards), за сучасну архітектуру (Mies van der Rohe Award), за літературу та ін.

Також фінансово підтримана ініціатива щодо формування першої Європейської мережі креативних хабів (The European Creative Hubs Network), яка об'єднує 215 фізич-

них площадок (хабів) різнобічної креативної діяльності з 38 країн [5]. Додамо, що об'єднання суб'єктів та елементів креативного сектору в місцеві, регіональні, національні та наднаціональні мережі є виразним трендом сьогодення і здійснюється для обміну передовим досвідом, напрацювання спільної політики тощо.

Багата культурна спадщина країн ЄС, цілеспрямована політика щодо її збереження, стимулювання креативності тощо забезпечують їм високі показники на світовій арені. Так, 28 країн – членів ЄС займають з 5-ї по 68-му рейтингову позицію серед 139 країн за Глобальним індексом креативності (Global Creative Index) 2015 р. [6] (табл. 1). Діапазон значень Індексу коливається від 0,917 до 0,425. При цьому Данія, Фінляндія, Швеція та Нідерланди входять у ТОП-10 країн світу за відповідним Індексом. Однак порівняно з результатами 2011 р. [7] Швеція втратила світове лідерство й опустилася з першої на сьому рейтингову позицію в результаті незначного зниження значення Індексу (з 0,923 до 0,915). Фінляндія та Данія також дещо опустилися в рейтингу (на дві та одну позицію відповідно), навіть за поліпшення значення Індексу. Підвищення значення Індексу дало можливість Нідерландам утримати свою рейтингову позицію. Зазначена динаміка відображає посилену конкуренцію між країнами-лідерами. Основними їхніми конкурентами нині є Австралія (0,970), США (0,950), Нова Зеландія (0,949), Канада (0,920), Ісландія (0,913) та Сингапур (0,896). Ці країни поліпшили свої індекси. Ісландія навіть витіснила Норвегію з першої десятки.

Зазначимо, що Глобальний індекс креативності – це сукупний індикатор, що охоплює інші три субіндекси: індекс толерантності, індекс талантів та індекс розвитку технологій. Під час його розрахунку використовуються також індекси та індикатори інших установ: Індекс глобальної конкурентноздатності (Global Competitiveness Index) Міжнародного економічного форуму, Індекс розвитку людства (Human Development Indices and Indicators) ООН, індикатори світового розвитку (World Development Indicators) Світового банку. Застосовується шкала розрахунку від 0 до 1. Видання Martin Prosperity, яке розраховує відповідний Індекс, оприлюднило два дослідження в 2011 та 2015 рр.

Спеціалісти креативних (творчих) професій є одними з найбільш затребуваних на сучасному ринку праці, і на деякі з них попит із боку роботодавців навіть перевищує пропозицію. У 2017 р. частка зайнятих у креативному секторі в країнах ЄС коливалася від 7% до 26% (табл. 1). До групи лідерів серед країн ЄС входять Естонія, Латвія, Нідерланди, Угорщина, Данія та Сполучене Королівство. Відзначимо, що частка зайнятих у креативному секторі впродовж 2011–2017 рр. зростала в дев'яти країнах ЄС. Найбільше зростання відбулося у Хорватії – з 11% до 17%, що пояснюється позитивним ефектом від приєднання до Євросоюзу в 2014 р. Погіршилися відповідні показники в низці країн, найбільше – у Словенії (на 16%), Латвії (на 9%) та Польщі (на 8%). Така тенденція є наслідком робочої міграції у цих країнах до більш розвинутих країн як у межах ЄС, так і загалом по світу.

За Індексом випуску креативної продукції лідерами є Люксембург (57,9), Нідерланди (56,7) та Великобританія (56,5). Зазначимо, що країни ЄС займають передові позиції в межах цього індексу в світі і показують позитивну динаміку.

Зазначимо, що Індекс випуску креативної продукції є складовим індикатором Глобального індексу інновацій (Global Innovation Index), який розраховується університетом м. Корнел (Cornell University), Європейським інститу-

Таблиця 1

Основні індикатори щодо розвитку креативної економіки в країнах ЄС

Країни ЄС	Глобальний індекс креативності світова рейтингова позиція				Індекс випуску креативної продукції				Експорт креативного сектору, %				Кількість зайнятих у креативному секторі, %				
	значення		та креативні послуги		культурні та креативні послуги		культурні та креативні послуги		культурні та креативні послуги		культурні та креативні послуги		культурні та креативні послуги		культурні та креативні послуги		
	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2017
Австрія	21	20	0,663	0,788	49	51,3	45,8	0,48	0,7	1,1	3,5	1,4	1,6	17	12	18	18
Бельгія	11	18	0,813	0,817	42,3	50,4	42,7	8,78	1,4	1,7	1,96	1,8	1,8	19	18	18	18
Болгарія	40	48	0,48	0,505	38,1	41,1	39,2	5,17	0,8	1,3	1,69	0,8	0,9	27	22	-	-
Великобританія	13	12	0,789	0,881	44,3	60,5	56,5	2,33	1,6	2,2	4,35	2,8	3,3	17	19	20	20
Греція	22	54	0,638	0,484	31,2	37,5	32,2	1,39	0,1	0,7	3,69	0,6	1,6	8	20	16	16
Данія	4	5	0,878	0,917	51,4	53	51,7	-	0,7	0,6	3,72	1,6	1,8	20	21	21	21
Естонія	32	33	0,528	0,625	48,9	55,6	54,9	5,31	0,8	1,5	3,08	1,3	1,6	28	23	26	26
Ірландія	12	13	0,805	0,845	34,2	55	45,9	1,75	0,2	0,1	1,75	2,4	1,7	19	20	18	18
Іспанія	17	19	0,744	0,811	41	42,4	41,5	7,86	0,8	n/a	2,24	0,8	1	22	17	18	18
Італія	19	21	0,707	0,715	39,2	37,6	38,9	6,07	0,3	0,4	5,14	2,2	2,2	13	11	12	12
Кіпр	44	66	0,463	0,446	37,4	44,6	42,3	1,64	0,8	0,3	1,78	0,0	0	-	21	14	14
Латвія	34	40	0,52	0,563	41	46,3	44,6	6,45	1,2	1,3	2,58	3,1	4,6	34	29	25	25
Литва	38	51	0,484	0,49	37,2	41	39,8	2,37	0,3	0,5	2,58	1,5	2,2	-	-	-	-
Люксембург	-	25	-	0,696	39,5	69	57,9	1,26	5,7	4,8	1,3	0,2	0,1	-	-	-	-
Мальта	-	43	-	0,55	-	59,8	51,7	-	0,2	0,1	-	0,9	0,2	-	-	-	-
Нідерланди	10	10	0,854	0,889	50,6	61,9	56,7	28,89	0,5	1,1	1,66	5,6	4,6	20	21	22	22
Німеччина	15	14	0,764	0,837	51,7	52,8	53,3	14,23	0,4	0,7	2,39	1,8	2,1	12	13	14	14
Польща	41	46	0,476	0,516	35,8	35,4	37,7	9,44	1	1,1	3,09	3,9	5	23	21	15	15
Португалія	28	23	0,577	0,71	44,1	45,7	43,4	6,52	0,6	0,5	2,24	1,6	2,2	-	-	19	19
Румунія	51	68	0,346	0,425	33	32,1	29,3	9,89	0,7	1,6	2,98	1,5	0,9	-	-	-	-
Словаччина	41	54	0,476	0,484	33,1	40,4	38,1	5,64	0,4	0,2	1,78	10,5	9,7	31	-	-	-
Словенія	22	16	0,638	0,822	43,8	49,4	46,7	6,74	1	0,9	2,88	0,7	1,1	23	11	7	7
Угорщина	26	28	0,606	0,673	44,9	40,7	36,6	15,49	1,5	0,9	1,01	6,2	5,9	18	15	22	22
Фінляндія	3	5	0,894	0,917	42,1	52,2	49,3	0,04	0,3	0,8	1,16	0,7	0,6	17	17	19	19
Франція	15	16	0,704	0,822	44,7	50,8	49,2	2,03	1,1	1,1	2,88	1,7	1,8	15	13	15	15
Хорватія	35*	58	0,516	0,481	36,7	40,5	37,6	5,71	1,4	1,9	2,92	0,5	0,9	11	15	17	17
Швеція	1	7	0,923	0,915	56,7	55,1	53,8	9,56	0,8	0,9	2,68	1,8	1,7	15	19	17	17
Чехія	29	35	0,553	0,609	46,8	50,2	44,1	9,66	0,6	0,5	3,35	10,1	9,9	17	16	17	17
Довідково: Україна	49	45	0,419	0,518	31	31,3	36,5	7,8	0,0	0,1	0,83	0,6	0,4	-	-	-	-

Умовні позначення: - відсутні дані; \* - країни, що не були членами ЄС на момент проведення дослідження.

Джерело: складено авторами на основі [6-8; 10-12]

Експорт креативних товарів з ЄС до країн світу (млрд. дол. США)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Загалом</b>	<b>85,24</b>	<b>97,52</b>	<b>109,29</b>	<b>116,53</b>	<b>127,42</b>	<b>158,84</b>	<b>171,60</b>	<b>136,42</b>	<b>145,03</b>	<b>163,47</b>	<b>156,11</b>	<b>161,43</b>	<b>168,44</b>	<b>171,05</b>
Мистецтво	5,90	7,00	7,50	7,48	7,88	9,00	9,00	7,17	7,46	8,32	7,57	8,04	8,29	7,30
Аудіовізуали	7,21	8,76	9,65	11,01	11,11	20,19	20,84	15,36	16,84	16,90	13,38	11,93	11,74	10,52
Дизайн	43,97	50,06	57,23	61,16	68,91	81,55	88,32	71,37	77,30	92,07	89,46	96,25	101,74	95,73
Нові медіа	3,79	3,33	3,63	4,23	5,20	9,30	14,14	10,68	10,57	9,80	9,27	8,71	10,15	10,29
Виконавські види мистецтва	0,77	1,00	1,15	1,18	1,29	1,53	1,56	1,32	1,27	1,50	1,45	1,52	1,59	1,42
Видавництво	16,13	18,91	21,27	21,81	22,83	25,31	26,80	22,57	21,70	23,40	21,37	21,46	21,18	18,14
Візуальні мистецтва	7,38	8,45	8,85	9,66	10,20	11,91	10,95	7,94	9,89	11,48	13,62	13,53	13,75	27,66

Джерело: складено авторами на основі [10]

том управління бізнесом (INSEAD) та WIPO з 2007 р. для ранжування країн за їх здатністю до інновацій та успіхом в їх упровадженні. Кількість країн, які охоплюються дослідженням, постійно збільшується. Так, у 2018 р. до дослідження було включено 126 країн, у 2017 р. – 119 країн, у 2016 р. – 141 країна. Шкала індексу – від 0 до 100. Під час розрахунку Глобального індексу інновацій використовуються також такі індикатори, як експорт культурних та креативних послуг (у % до загальної торгівлі) та експорт креативних товарів (у % до загальної торгівлі).

Частка експорту культурних та креативних послуг у загальній торгівлі країн ЄС у 2018 р. коливається від 0,1% у Мальти до 4,8% у Люксембурга.

Обсяг річного експорту креативних товарів у грошовому виразі з ЄС має загальний позитивний тренд і за період 2002–2015 рр. збільшився вдвічі (з 85 млрд. дол. США до 171 млрд. дол. США). При цьому світова економічна криза негативно позначилася на креативному секторі: у 2009 р. відбувся значний спад у річному обсязі експорту креативної продукції. Однак слід відзначити, що саме цей сектор досить швидко оговтався від економічного потрясіння. Вже в 2010 р. почалося зростання експортних обсягів, а в 2015 р. було фактично досягнуто максимуму 2008 р. Очікується подальше стрімке зростання

відповідного показника і креативного сектору в цілому в країнах ЄС.

За останніми наявними даними (2015 р.), найбільше експортується продукція дизайну (95 млрд. дол. США), візуального мистецтва (27,6 млрд. дол. США) та публіцистики (18 млрд. дол. США).

**Висновки.** Креативний сектор є важливим складником економіки ЄС. Розвиток креативної економіки розглядається в ЄС як один зі шляхів збереження його багатой культурної спадщини та утримання лідерських позицій в сучасній світовій економіці. Для цього проводиться системна політика, яка охоплює широкий спектр креативності, поширюється на різних суб'єктів творчості, включає фінансові та організаційні інструменти їх стимулювання тощо. Така загальна цілеспрямована політика на рівні ЄС доповнюється відповідними національними політиками країн-членів, що у цілому має забезпечити синергетичний ефект і світове лідерство. До актуальних світових лідерів щодо розвитку креативної економіки серед країн ЄС слід віднести Данію, Фінляндію та Швецію, однак через посилену конкуренцію з боку Нідерландів, Великобританії та Ірландії подальше утримання лідерських позицій вимагає системної політики на випередження у сфері культури та креативності.

#### Список використаних джерел:

1. Creative Economy Programme. *UNCTAD*. 2018. URL : <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>.
2. Creative Economy Report 2008. *UNCTAD*. 2008. URL : [https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf).
3. Creative Europe. *European Commission*. 2018. URL : [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en).
4. Culture in the European Union. *European Union*. 2018. URL : [https://europa.eu/european-union/topics/culture\\_en](https://europa.eu/european-union/topics/culture_en).
5. European Creative Hubs Network Project evaluation. *European Creative Hubs Network*. 2018. URL : <http://creativehubs.net/tools/ECHN-final-external-evaluation-SUMMARY.pdf>.
6. The Global Creativity Index 2015. *Martin Prosperity Institute*. 2015. URL : <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>.
7. Creativity And Prosperity The Global Creativity Index. *Martin Prosperity Institute*. 2011. URL : [http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2010\\_Reissued.pdf](http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2010_Reissued.pdf).
8. Global Innovation Index 2011. *WIPO*. 2011. URL : [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii\\_2011.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii_2011.pdf).
9. Global Innovation Index 2015. *WIPO*. 2015. URL : [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_gii\\_2015.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf).
10. Global Innovation Index 2018. *WIPO*. 2018. URL : [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2018.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf).
11. Persons working as creative and performing artists, authors, journalists and linguists by individual and employment characteristics. *Eurostat*. 2018. URL : [https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/cult\\_emp\\_artpc](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/cult_emp_artpc).
12. Statistics of creative economy. *UNCTAD*. 2016. URL : <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

### ОПЫТ ЕС В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** Представлен опыт ЕС по развитию креативной экономики. Авторы опираются на определение понятия креативной экономики, которые предлагает UNCTAD. Акцентируется внимание на общей и системной политике по развитию креативной экономики, направленной на продвижение креативного продукта, поддержку креативных предприятий и личностей, защиту культурного наследия. В частности, рассмотрена программа «Креативная Европа», которая рассчитана на период с 2014 по 2020 г. Проанализированы современное состояние и динамика развития креативной экономики, в частности относительно доли занятых в креативном секторе, доли товаров и услуг креативных отраслей в экспорте стран – членов ЕС. Определено место стран ЕС в мире по креативности, опираясь на результаты глобальных рейтингов.

**Ключевые слова:** креативная экономика, креативная Европа, креативный хаб, креативные индустрии, креативные продукты, инновации.

### EU EXPERIENCE IN DEVELOPING CREATIVE ECONOMY

**Summary.** The modern post-industrial information stage of the development of the world economy is characterized by the fact that the main economic resource is a person with his/her intellectual and creative abilities. That means, such traditional resources as land, labor, and capital, are not simply supplemented by a new element, but actually shifted to the background. Today creative industries are among the most dynamic sectors of the world economy. The EU experience in the development of creative economy is presented. The authors rely on the definition of the creative economy, worked out by the UNCTAD. Attention is focused on a common and systemic policy of the EU on the development of a creative economy, aimed at promoting a creative product, supporting creative enterprises and individuals, protecting cultural heritage. For example, authors reviewed the Creative Europe program, which is presented for the period from 2014 to 2020. Authors underline the place of creative hubs in European creative net. It is also analyzed the current state and dynamics of the development of the creative economy, in particular with regard to the share of people employed in the creative sector, the share of creative goods and services in export. The structure of creative industries share and dynamics from 2002 to 2015 in EU exports are analyzed. The authors determined the place of the EU countries in the world for creativity, based on the results of global ratings. This ratings showed complex analytics of several subindices and covers all spheres of creativity and innovation. Analyzing global ratings, which cover creativity and innovations, authors underlined that EU countries take leading positions and show great results from year to year. The urgency of such EU experience for Ukraine is due to the fact that some of the relevant EU policies are common to Ukraine as well as the need for radical economic reforms to achieve the declared strategic goals of joining a group of leading countries in the immediate strategic perspective.

**Key words:** creative economy, creative Europe, creative hub, creative industries, creative products, innovations.