

**КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА – МАГІСТРАЛЬНИЙ НАПРЯМ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ<sup>1</sup>****Мельник Л.Г.,**

доктор економічних наук,  
професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування,  
Сумський державний університет,  
melnyk@econ.sumdu.edu.ua

**Ковальов Б.Л.,**

кандидат економічних наук,  
доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування,  
Сумський державний університет,  
b.kovalov@econ.sumdu.edu.ua

**Гриценко В.П.,**

кандидат технічних наук,  
викладач спеціальних дисциплін,  
Сумський будівельний коледж,  
valeriy.hrc@gmail.com

**Сімановська А.Є.,**

студентка кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування,  
Сумський державний університет,  
a.simanovska@student.sumdu.edu.ua

**Степаненко Є.С.**

студентка кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування,  
Сумський державний університет,  
yevstepanenko@ukr.net

Нова економіка базується на сфері послуг, які створюються інтелектуальною творчою працею. Ключовими чинниками цього є знання, інновації, наукові досягнення і технології на основі сучасного прогресивного постіндустріального суспільства. Таким чином інтелектуальна й творча праця перетворюється на провідну рушійну силу нової економіки. Метою роботи є визначення ключових напрямів розвитку креативної економіки. У результаті дослідження встановлено, що креативна економіка включає в себе сотні сфер діяльності. Серед них, зокрема: телебачення, образотворче мистецтво, дизайн, кіно, музика, архітектура, освіта, мода та ін. Цей список можна продовжувати безкінечно, адже у людської фантазії немає меж. Креативна економіка залежить від творчої активності людей та інноваційності їх творів, а не від природних ресурсів, таких як земля, вода, надра. Тим самим ця галузь не завдає такої шкоди для довкілля, як це спричиняють промислові підприємства чи аграрні виробництва. Саме ці сектори в першу чергу масово вичерпують відновні й невідновні природні ресурси, а ще й забруднюють навколишнє середовище. В Україні процес із інвестуванням в креативні індустрії поки що далекий від показників розвинених країн і реалізується через окремі програми, що стимулюють людей, переважно молодь, заробляти, активізуючи інтелектуальний потенціал (Фонд стартапів, Дія Сіті, кредити 5-7-9 та ін). Найбільшим виробником доданої вартості сектору креативної економіки в Україні є ІТ-сектор, на який припадає 25% від загальної доданої вартості. Найбільша частка експорту ІТ-технологій припадає на комп'ютерні послуги – майже 37%. В 2020 дохід від них становив 5 млрд доларів, а в 2021 – 6,8 млрд доларів США. Креативна економіка останнім часом тісно переплітається з усіма сферами нашого життя. Вона впливає на освіту, науку, технічний прогрес, обумовлює привабливість регіонів. У процесах формування креативної економіки головним ресурсом стає інформація, а ключовими активами – персонал і його нестандартні, творчі ідеї. Таким чином, магістральним напрямком є збільшення якості людського капіталу. Втім, розбудова даної сфери вимагає й відповідних капіталовкладень. Креативні індустрії найкраще розвиваються у великих містах, мегаполісах, високорозвинених країнах. Тому Україні, щоб наздогнати Німеччину чи Велику Британію, необхідно збільшувати інвестиції в цю сферу.

<sup>1</sup>Робота виконана в рамках НДР «Фундаментальні основи фазового переходу до адитивної економіки: від проривних технологій до інституційної соціологізації рішень» (№д/р. 0121U109557) та «Сталій розвиток та ресурсна безпека: від проривних технологій до цифрової трансформації економіки України» (№д/р. 0121U100470).

*Дістали подальшого розвитку наукові положення щодо систематизації напрямів креативної економіки та обґрунтовано обсяги креативної економіки за секторами національної економіки.*

*Ключові слова: креативна економіка, цифрова трансформація, творчі індустрії, інноваційна економіка, забруднення довкілля.*

DOI: 10.21272/1817-9215.2022.4-06

## ВСТУП

В XXI столітті ми стали свідками виникнення нового економічного явища, що суттєво відрізняється від традиційного індустріального процесу виробництва товарів. Креативна економіка – це нова економічна сфера, яка передбачає діяльність індивідів і бізнесів, що реалізують свій творчий потенціал через створення інформаційно інноваційних виробів та послуг (творинь), зокрема: мистецьких, культурних, наукових товарів. Вона також може пропонувати нове життя для товарів і послуг, які виконували традиційні виробничі й реалізаційні функції. Головним є те, що така економіка не тільки створює нову вартість і приносить дохід її виробникам, але й дає можливості отримувати задоволення від праці та забезпечує широкий спектр напрямків для самореалізації.

Зазначений термін вперше згадується в праці Джона Хокінса, відомого дослідника, члена Консультативного комітету ООН з питань креативної економіки, у книзі «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях». Креативну економіку Хокінс описує як «творення цінності внаслідок ідей» (Howkins, 2013). Він описав новий економічний процес як хвилю, що масово охопила США та безупинно зростає, приблизно на 5% на рік. Хокінс робить висновки: щоб бути конкурентоспроможним на ринку, необхідно мати творчий потенціал та генерувати ідеї. Інакше ти губишся серед сотень таких, як і ти.

Появу нового економічного класу і його вплив на сучасне й майбутнє вдало описав Річард Флорида в книзі «Homo creativus». Вчений зазначив, що креативний клас – це «сукупність професій, які спеціалізуються на новому поєднанні знань та ідей для вирішення проблем або створення цінності» (Florida, 2014). У 2008 році на конференції ООН з питань торгівлі та розвитку було прийнято концепцію креативної економіки, яка «заснована на творчих активах, що можуть безперестанно сприяти економічному зростанню та розвитку» (UNCTAD, 2008).

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є розробка комплексу обґрунтування напрямів формування креативної економіки. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити завдання:

- провести літературний огляд та визначити пріоритетні сектори формування креативної економіки;
- обґрунтувати обсяги креативної економіки та секторами національного господарства.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Наукові результати і рекомендації, представлені у статті отримано на основі використання методик та систем міжнародних організацій, та на аналіз праць вітчизняних та зарубіжних фахівців. Зокрема, використано загальнонаукові методи: контент-аналізу, аналізу та синтезу та системного підходу – для формування теоретичних узагальнень та практичних рекомендацій.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

З кожним роком усе більше індивідів і компаній вбачають у творчості рушійну силу, що покликана змінити майбутній процес розвитку та принести гідний рівень доходу її виконавцям. Креативна економіка включає в себе сотні сфер діяльності. Серед них, зокрема: телебачення, образотворче мистецтво, дизайн, кіно, музика, будівництво, архітектура, освіта, мода та ін. Цей список можна продовжувати

безкінечно, адже у людської фантазії немає меж. Креативна економіка залежить від творчої активності людей та інноваційності їх творів, а не від природних ресурсів, таких як земля, вода, надра. Тим самим ця галузь не завдає такої шкоди для довкілля, як це спричиняють промислові підприємства чи аграрні виробництва. Саме ці сектори в першу чергу масово вичерпують відновні й невідновні природні ресурси, а ще й забруднюють навколишнє середовище.

Історію формування креативних індустрій та їх теоретичні й методологічні основи досліджують на глобальному та локальному рівні економісти, урбаністи, соціологи та культурологи. Однак, не існує єдиного підходу визначення структури творчих галузей та тлумачення цього терміну, кожна організація або країна трактує їх по-своєму.

Вперше термін «креативні індустрії» був сформульований наприкінці 20 століття Міністерством культури, медіа та спорту уряду Великобританії. Його було визначено як «діяльність, в основі якої покладені індивідуальне творче начало, навички чи талант, і які несуть в собі потенціал створення доданої вартості та робочих місць шляхом виробництва та експлуатації інтелектуальної вартості». Трактування терміну та його включення до апарату публічних структур було необхідним, адже сектор економіки, де були залучені ідеї та творчий потенціал, розпочав фазу активного розвитку. Міжнародна організація ЮНЕСКО трактувала поняття «креативні індустрії» для характеристики галузей, які базуються на «створенні, виробництві та комерціалізації змістів, які є нематеріальними і мають культурний характер» (Ukrainian, 2018).

Через те, що не існує одного конкретного трактування терміну, сформувалося декілька систем поділу сфер діяльності, які та чи інша країна відносить до креативних. Уперше класифікація креативних індустрій була опублікована в 1998 році Департаментом цифровізації, культури, ЗМІ та спорту (DCMS) (табл. 1). Їхньою моделлю користувалися як зразком для складання подальших макетів. Саме виходячи з цієї концепції генерувалися нові спроби визначити та класифікувати креативну економіку як набір різних креативних індустрій.

Таблиця 1 – Класифікація креативних індустрій (DCMS)

Музика	Відео і комп'ютерні ігри	Реклама	Вистави	Видавництво	Програмне забезпечення
Радіо і телебачення		Мистецтво й антикваріат	Дизайн Ремесла		
	Архітектура				Мода

Джерело: (Свінцицька та ін., 2020)

Модель Міжнародної організації UNCTAD поки залишається найпоширенішою у світі. Вона виділяє чотири групи індустрій (культурна спадщина, мистецтво, медіа й функціональний креатив) й вісім підгруп креативних індустрій (табл. 2). При складанні класифікації були враховані такі важливі фактори: рівень артистичності, символічна форма продукції, рівень залучення технологій і здатність захисту прав інтелектуальної власності.

Таблиця 2 – Класифікація креативних індустрій (UNCTAD) (Свінцицька та ін., 2020)

Вид індустрії	Складові індустрії
Культурна спадщина	1. Традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі
	2. Культурні пам'ятки: бібліотеки, археологічні пам'ятки, музеї, виставки
Мистецтво	1. Образотворче мистецтво: живопис, скульптура, антикваріат, фотографія
	2. Виконавче мистецтво: музика, драматичне мистецтво, танці, опера, цирк
Медіа	1. Аудіовізуальні твори: кінематограф, телебачення, радіомовлення
	2. Нові медіа: програмне забезпечення, відеоігри тощо
Функціональний креатив	1. Дизайн: мода, графіка, дизайн інтер'єру, іграшок і аксесуарів
	2. Креативні послуги: культурні та цифрові послуги, рекламна діяльність, креативні дослідження

Джерело: (Свінцицька та ін., 2020)

Наразі креативна сфера тільки набирає обертів і не лише за кількістю зайнятих, а й за часткою доходу у ВВП світу. За даними ООН, понад 50 млн осіб, що працюють у цій галузі, щорічно приносять 2,25 трлн доларів доходу. У 2021 році дохід від креативних індустрій склав 6% загального ВВП країн. Провідну роль серед креативних секторів відіграють телебачення, образотворче мистецтво та газети з журналами, що становлять найбільшу частку в доходах креативної економіки. За даними дослідження, проведеного в 2015 році, лише на ці три індустрії припадає 54% доходу, що приносить креативна сфера (табл. 3).

Таблиця 3 – Топ-3 креативних індустрій світу за прибутковістю

Місце	Креативна індустрія	Дохід, млрд. доларів	Частка в загальному доході креативного сектору, %
1	Телебачення	477	21
2	Образотворче мистецтво	391	17
3	Газети та журнали	354	16

Джерело: (Cultural, 2015)

Абсолютними лідерами серед регіонів світу за дохідністю від креативних індустрій є США й Азія. Європа входить до почесної трійки лідерів у цій сфері. У таблиці 4 показані країни-лідери в різних секторах креативної економіки.

Таблиця 4 – Лідери серед регіонів світу за дохідністю від креативних індустрій (Cultural, 2015)

Креативна індустрія	Регіон-лідер
Ігри	Азія
Музика	США
Телебачення	Північна Америка
Архітектура	Азія
Кінематограф	США
Газети журнали	Азія
Книги	Європа

Джерело: (Cultural, 2015)

Провідна роль країн-лідерів обумовлена тим, що креативна економіка зосереджується у високорозвинених країнах, де створені необхідні умови для її розвитку. Через це талановиті та креативні особи змушені покидати маленькі міста та малорозвинені країни, намагаючись реалізувати себе в мегаполісах. До міст з високим рівнем інновацій та культури відносять: Нью-Йорк, Мілан, Токіо, Париж, Мадрид (Мазуренко та ін., 2018).

Творчі індустрії, як правило, є прибутковим сектором економіки, чим сприяють розвитку міст і країн, де вони зосереджені. Серед країн-лідерів у Європі можна виділити Велику Британію. Тут креативна сфера щорічно приносить дохід у розмірі 6% від ВВП країни. Найбільше зайнятих зосереджено в ІТ сфері, за нею йдуть музика з телебаченням. Лише в одному музичному секторі працювало близько 200 тисяч осіб у 2018 році. Найбільша частка робітників була зайнята творчою діяльністю, але поза межами креативних індустрій. Ймовірно це пов'язано з потребами бізнесу й інших сфер послуг, які потребують творчих вкладень (включаючи дизайн, маркетинг, програмне забезпечення). Серед міст Азійсько-Тихоокеанського регіону слід перш за все назвати Гуанчжоу, що вже не перший рік є центром онлайн-ігор, анімацій та віртуальних технологій (Research, 2012). Серед центрів, де розвиваються новітні підходи в проектуванні архітектури, варто виділити Шанхайський всесвітній фінансовий центр, Цзінь Мао, Міжнародний фінансовий центр Гуанчжоу. Креативні індустрії є динамічним сектором в економіці Китаю і щорічно приносять йому понад 10% ВВП. Прибуток від креативного експорту Китаю та Південно-Східної Азії разом склали 228 млрд дол США, це майже вдвічі більше за показник Європи. Товари та

послуги доставляються на ринки Азії (61%), Європи (28%) та Америки (10%). Наразі Китай займає провідну позицію на рику мистецтв. Це все відбувається завдяки швидкому та доступному інтернету, широкому споживчому сегменту та стрімкому розвитку цифрової економіки (Center, 2022).

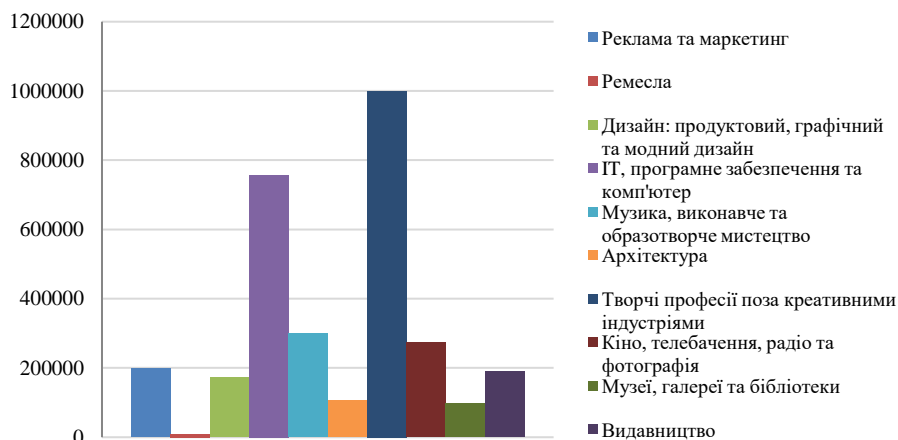


Рисунок 1 – Зайнятість у сферах креативної економіки Великобританії, 2018 р.  
Джерело: (The future, 2021)

У 2022 році UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) дослідила розвиток міжнародної торгівлі товарами креативних індустрій (рис. 1 і рис. 2). Проаналізувавши графіки, наведені нижче, зрозуміємо, що товари та послуги стрімко реагують на світові зміни й пристосовуються до нового економічного середовища. Підтвердженням цього є спадні показники доходу від реалізованої продукції в 2009 та 2015 роках. Незважаючи на фінансові кризи, що масово охопили світ, креативна економіка продемонструвала міцність і стійкість щодо несприятливих факторів. Попередня інформація ілюструє те, що креативні індустрії мають великий потенціал на ринку й інвесторам було б доречно вкладати кошти в їх майбутній розвиток.

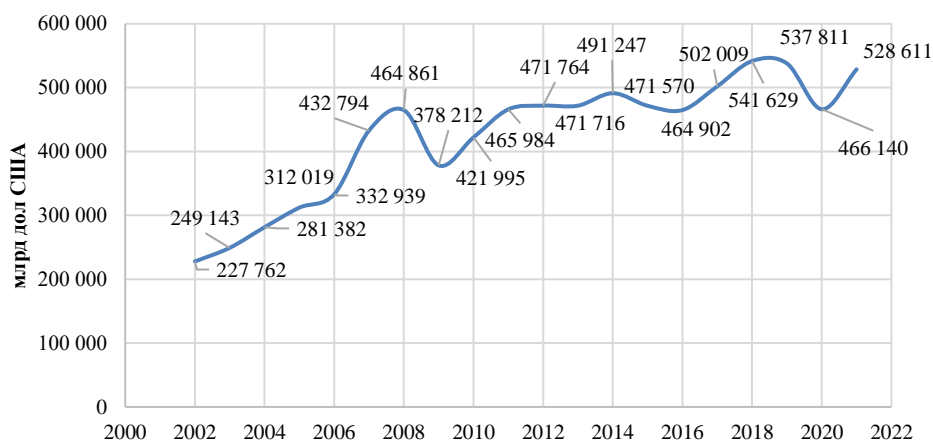


Рисунок 2 – Світовий імпорт товарів креативних індустрій  
Джерело: (UNCTAD, 2022)

За даними рисунків 2 і 3, імпорт товарів, за показниками з 2002 по 2021 рік, зріс на 132%, а експорт – на 193%. Провідну роль в експорті товарів та послуг, станом на 2015 рік, займали країни, що розвиваються, керуючись головним чином продуктивністю Китаю. У 2002 році їх частка на світовому ринку дорівнювала 40,5%,

а в 2015 році – 52%. Китай, Індія, Сінгапур, Мексика, Туреччина входили в топ-10 країн за експортом креативних індустрій. Азійські країни мають 52% світового експорту товарів та послуг креативної економіки. За цим показником вони наздогнали розвинені країни, частка в експорті яких в 2002 році становила 59%, а в 2015 році знизилася до 47%. Держави з перехідною економікою за 13 років показали мінімальні зміни – до 0,2% приросту доходу. Незважаючи на ці показники, розвинені країни зберегли провідне місце за часткою імпорту товарів креативних індустрій. Їх показники 2002 році – 81%, у 2015 році – 75%, країн, що розвиваються – відповідно 18% та 23%. На провідних позиціях перебували США, Франція, Німеччина, Японія, Швейцарія. Такий шалений попит на товари в розвинених країнах пояснюється високим рівнем ІЛР, освіченістю та доходами громадян. Також, безперечно, цьому посприяв розвиток туризму та мережі Інтернет (DCMS, 2016; UNCTAD, 2018).

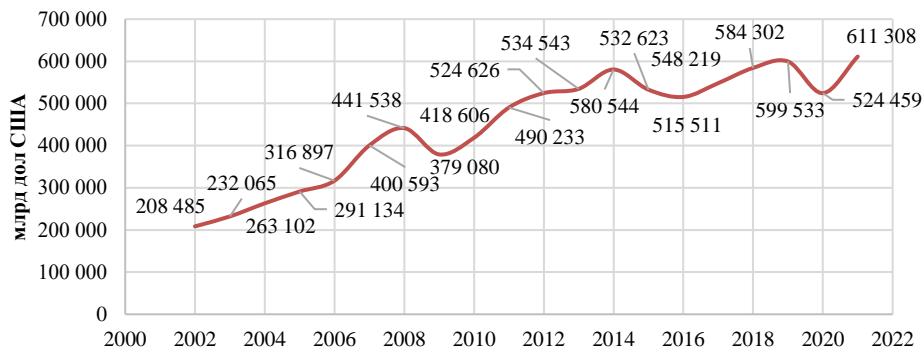


Рисунок 3 – Світовий експорт товарів креативних індустрій  
Джерело: (UNCTAD, 2022)

Багато міжнародних організацій переконують в перспективах розвитку креативної економіки та забезпеченні за допомогою неї сталого розвитку людства. Серед них перш за все слід виділити ООН і ЮНЕСКО. Вони зацікавлені в пошуку нових неординарних проєктів, пов'язаних з розвитком креативних індустрій, підтримують їх фінансово, у тому числі через надання пільг. Розробляють рекомендації щодо подальших дій. Значною мірою цей процес «заохочення» охоплює Європу, Північну Америку та Східну Азію.

Програма «Креативна Європа» інвестує в проєкти, що розвиваються в різних сферах креативної економіки, зміцнюючи культурне різноманіття регіонів та країн. Її бюджет на 2021-2027 роки становить 2,44 млрд євро, а на період 2014-2020 – 1,47 млрд євро. Головною метою програми є: захист, просування й розвиток європейського культурного й творчого різноманіття та історичної спадщини, посилення конкурентоспроможності креативних секторів на міжнародному ринку, переважно аудіовізуального (European, 2022).

В Австралії уряд розпочав видачу грантів для підтримки художників, письменників та інших представників креативних сфер з неблагополучних груп суспільства. Метою є популяризація мистецтв аборигенів та створення нових місць для зайнятості населення. Вже сьогодні прибуток від цих корінних верств населення щороку складає близько 150 млн доларів США (Асоціація, 2020).

За кількістю зайнятих у сфері креативної економіки Україна значно поступається світовим лідерам (Японія, Велика Британія, Німеччина), хоча випереджає Італію і рівняється з Іспанією (табл. 5).

Таблиця 5 – Зайнятість у сфері креативної економіки 2018

Місце	Країна	Кількість зайнятих, млн осіб
1	Японія	9
2	Велика Британія	3,1
3	Німеччина	3
4	Франція	1,2
5	Австралія	1
6	Іспанія	0,9
7	Україна	0,9
8	Італія	0,6

Джерело: (The future, 2021)

З кожним роком усе більше людей займає своє місце в креативній сфері. На провідних позиціях перебуває Японія. Найбільше людей зайняті в музичній індустрії та ІТ, відповідно 1,6 та 2 млн осіб. Це цілком закономірно, адже ця високорозвинена країна має потужну науково-технічну базу. Серед найбільш розвинених креативних індустрій можна виділити архітектуру, відеоігри (Покемон, Маріо), газети і журнали, у яких широко представлені комікси, кіно тощо. Креативні індустрії є могутніми «китами» японської економіки та державної політики, а отже, країна продовжуватиме інвестувати у творчі сектори та щороку поповнюватиме їх новими робочими місцями (Cultural, 2015).

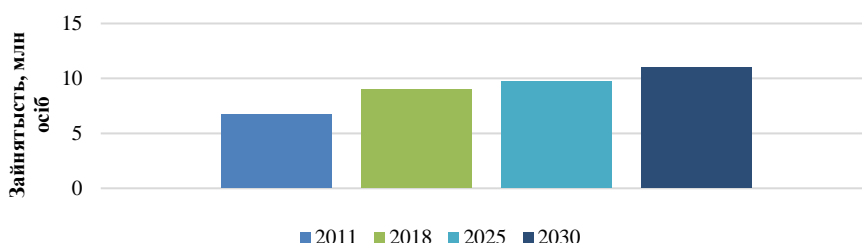


Рисунок 4 – Зайнятість населення Японії в креативних індустріях (2011-2030)

Джерело: (The future, 2021)

В Україні процес із інвестуванням в креативні індустрії поки що далекий від показників розвинених країн. Втім, і тут реалізуються певні програми, що стимулюють людей (переважно молодь) заробляти, активізуючи інтелектуальний потенціал. Як приклади можна назвати: Фонд стартапів, Дія Сіті, кредити 5-7-9 тощо.

Креативна економіка в Україні почала швидко набирати темп, особливо цей розвиток став помітним у другій половині 2010-х років. Її дохід у 2013 році становив 74 млрд грн, а в 2019 досяг 259 млрд грн. За 6 років сума доходу зросла в 3,5 рази. З 2015 по 2016 рік Україна збільшила дохід в креативних галузях на 45%, а з 2018 по 2019 рік – на 22% (табл. 6).

Таблиця 6 – Дохід від креативної економіки в Україні

Рік	Дохід, млрд грн
2013	74
2014	81
2015	84
2016	129
2017	176
2018	213
2019	259

Джерело: (Рівчаченко, 2022)

Найбільшим виробником доданої вартості сектору креативної економіки в Україні є ІТ-сектор, на який припадає 25% від загальної доданої вартості. Найбільша частка експорту ІТ-технологій припадає на комп'ютерні послуги – майже 37%. В 2020 році дохід від них становив 5 млрд доларів, а в 2021 – 6,8 млрд доларів США. Друге місце після ІТ посідає архітектура й інжиніринг, що приносять 9,2% доданої вартості. Третє і четверте місце ділять кіно з телебаченням та інформаційні послуги, приносячи по 7,8%.

Серед креативних секторів найбільша частка зайнятих в Україні зосереджена в ІТ-сфері. Це 200 тис осіб (21%). Наступну сходинку займає архітектура та інжиніринг – 85 тис осіб (9,3%), дизайн одягу – 69 тис осіб (7,5%). Загалом в креативних індустріях зайнято близько 352 тис осіб, станом на 2019 рік, це 3,85% від зайнятого населення. Для порівняння у 2013 році показник становив 2,53%. Україна має потенціал та перспективи в розвитку креативних індустрій, оскільки щороку кількість робочих місць даної галузі значно поповнюється (Center, 2022).

## ВИСНОВКИ

Креативна економіка останнім часом тісно переплітається з усіма сферами нашого життя. Вона впливає на освіту, науку, технічний прогрес, обумовлює привабливість регіонів. В процесах формування креативної економіки головним ресурсом стає інформація, а ключовими активами - персонал і його нестандартні, творчі ідеї. Таким чином, магістральним напрямком є збільшення якості людського капіталу. Втім, розбудова даної сфери вимагає й відповідних капіталовкладень.

Креативні індустрії найкраще розвиваються у великих містах, мегаполісах, високорозвинених країнах. Тому Україні, щоб наздогнати Німеччину чи Велику Британію, необхідно збільшувати інвестиції в цю сферу. Через несприятливі соціально-економічні умови в нашій країні тисячі талановитих людей покидають її задля реалізації свого творчого потенціалу, гідної заробітної плати та підвищення добробуту. Вони вкладають свої ідеї та інтелект в економіку інших країн. Науково обґрунтоване інвестування дасть змогу молодим креативним особам реалізувати себе в рідній країні й створити передумови для підвищення національного доходу та добробуту громадян на основі інтелектуалізації праці.

## SUMMARY

**Melnyk L.H., Kovalov B.L., Hrytsenko V.P., Simanovska A.Ye., Stepanenko Y.S. Creative economy as the main direction of forming a socially oriented economy**

*The new economy is based on the sphere of services, which are created by intellectual creative work. Key factors in this are knowledge, innovation, scientific achievements and technologies based on modern progressive post-industrial society. In this way, intellectual and creative work turns into the leading driving force of the new economy. The purpose of the work is to determine the key areas of development of the creative economy. As a result of the research, it was established that the creative economy includes hundreds of spheres of activity. Among them, in particular: television, fine arts, design, cinema, music, architecture, education, fashion, etc. This list can be continued endlessly, because human imagination has no limits. The creative economy depends on the creative activity of people and the innovativeness of their works, and not on natural resources, such as land, water, and subsoil. Thus, this industry does not cause such damage to the environment as it is caused by industrial enterprises or agricultural production. It is these sectors that primarily deplete renewable and non-renewable natural resources massively, and also pollute the environment. In Ukraine, the process of investing in creative industries is still far from the indicators of developed countries and is implemented through separate programs that stimulate people, mainly young people, to earn, activating intellectual potential (Start-up Fund, Diya City, loans 5-7-9, etc). The largest producer of added value in the creative economy sector in Ukraine is the IT sector, which accounts for 25% of the total added value. The largest share of IT technology exports is accounted for by computer services – almost 37%. In 2020, their income was 5 billion dollars, and in 2021 – 6.8 billion US dollars. Recently, the creative economy is closely intertwined with all areas of our life. It affects education, science, technical progress, determines the attractiveness of regions. In the processes of formation of the creative economy, the main resource is information, and the key assets are personnel and their non-standard, creative ideas. Thus, the main direction is to increase the quality of human capital. However, the development of this area also requires appropriate capital investments. Creative industries develop best in large cities, megacities, and highly developed countries. Therefore, in order to catch up with Germany or Great Britain, Ukraine needs to increase investments in this area.*

*The scientific provisions regarding the systematization of the directions of the creative economy were further developed, and the volumes of the creative economy by sectors of the national economy were substantiated.*

**Keywords:** creative economy, digital transformation, creative industries, innovative economy, environmental pollution.



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Center for Market Economy Development. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. 2021. URL: [https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2\\_5332503104040474153.pdf](https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf) (дата звернення: 08.10.2022).
2. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. December. UNESCO. 2015. URL: [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf) (дата звернення: 07.10.2022).
3. Creative industries economics estimates. DCMS. 2016. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf) (дата звернення: 10.11.22).
4. Creative Europe Programme. European Commission. 2022. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en) (дата звернення 14.11.2022).
5. Florida R. *The rise of the creative class – revisited: Revised and Expanded*. UK: Hachette, 2014. 512 p.
6. Howkins J. *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin, 2013. 304 p.
7. Research Group of Hangzhou Urban Planning Bureau. Research on the Spatial Layout of Cultural and Creative Industry Park: A Case Study of Hangzhou. *Hangzhou Weekly*. 2012. Vol. 2. P. 48–50.
8. The future of the Creative Economy. Deloitte. 2021. 77 p.
9. Креативні індустрії. Ukrainian center for cultural research. 2018. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/kreatyvni-industrii/> (дата звернення 14.11.2022).
10. Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries. UNCTAD. 2018. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf) (дата звернення: 10.11.22).
11. Creative Economy Statistics. UNCTAD. 2022. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> (дата звернення: 10.11.2022).
12. Trade and development report. UNCTAD. 2008. 232 p.
13. Асоціація мистецтва аборигенів Австралії. Офіційний сайт. 2020. URL: <https://www.aboriginalart.org.au/> (дата звернення: 07.10.2022).
14. Мазуренко В., Копійка Д. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки. *Молодий вчений*. 2018. Вип. 8 (1). С. 200–205. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2018\\_8%281%29\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8%281%29_48) (дата звернення: 09.10.2022).
15. Рівчаченко М. Креативна економіка — нова економічна епоха XXI. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/10/682634/> (дата звернення: 07.10.2022).
16. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 стор.

## REFERENCES

1. Center for Market Economy Development. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. 2021. URL: [https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2\\_5332503104040474153.pdf](https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf) (дата звернення: 08.10.2022).
2. UNESCO (December, 2015). Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. URL: [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf) (дата звернення: 07.10.2022).
3. DCMS (2016). Creative industries economics estimates. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf) (Last accessed on 10.11.22).
4. European Commission (2022). Creative Europe Programme. Official site. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en) (Last accessed on 14.11.2022).
5. Florida, R. (2014). *The rise of the creative class - revisited: Revised and Expanded* by Richard Florida. UK: Hachette. 512 p.
6. Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin. 304 p.
7. Research Group of Hangzhou Urban Planning Bureau (2012). Research on the Spatial Layout of Cultural and Creative Industry Park: A Case Study of Hangzhou. *Hangzhou Weekly*, Vol. 2. P. 48–50.
8. Deloitte (2021). *The future of the Creative Economy*. 77 p.
9. Ukrainian center for cultural research (2018). *Kreatyvni industriyi*. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/kreatyvni-industrii/> (Last accessed on 14.11.2022). (In Ukrainian)
10. UNCTAD (2018). Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf) (Last accessed on 10.11.22).
11. UNCTAD (2022). Creative Economy Statistics. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> (Last accessed on 10.11.2022).
12. UNCTAD (2008). Trade and development report. 232 p.
13. Australian Aboriginal Art Association (2020). Official site. URL: <https://www.aboriginalart.org.au/> (Last accessed on 07.10.2022). (In Ukrainian)
14. Mazurenko, V., Kopyka, D. (2018). National and global dimensions of the development of the creative economy. A young scientist. Vol. 8 (1). P. 200–205. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2018\\_8%281%29\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8%281%29_48) (Last accessed on 09.10.2022). (In Ukrainian)
15. Rivchachenko, M. (2022). Creative economy – a new economic era of the 21st century. *Economichna Pravda*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/10/682634/> (Last accessed on 07.10.2022). (In Ukrainian)
16. Svintsytska, O. M., Tkachuk, V. O. (2020). *Kreatyvna ekonomika ta kreatyvni industriyi: navch. pos.* Zhytomyr: Zhytomyr Polytechnic State University. 218 p.