

УДК 339.976.2

**СТРАТЕГІЇ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ
КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В КРАЇНАХ ЄС**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.040719.64.548

JEL: F14, O52, Z00

**Чала В. С., к.е.н.,
Рибіна К. В.***ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

В представлений статті автором наведено, що культурні та креативні індустрії (далі – ККІ) – досить цінний сектор економіки, джерело економічного зростання, особливо експорту ЄС, прибутковості. Встановлено існування колосально розгалуженої та багаторівневої підтримки експорту ККІ. Показано, що в історії ЄС є близько десятка всесоюзних програм з підтримки креативного сектора. Висвітлено різноманітні заходи, ряд інструментів та програми щодо стимулювання експорту продукції даного сегмента економіки для країн ЄС, європейські всесвітньовідомі компанії креативного сектору. Аналізується структура експортної європейської креативної індустрії, проводиться класифікація використовуваних ними стратегій стимулювання експорту. Даний аналіз дозволяє виділити ключові інструменти, використовувані країнами ЄС для стимулювання експорту креативних товарів і послуг: консультаційна та аналітична допомога в галузі ВЕД, кредитні та фіскальні інструменти стимулювання експорту, грантове та інфраструктурне забезпечення, відповідність формулювання кластерів і мережевий розвиток креативних індустрій різних країн. Акцентується увага, що на сьогодні країни ЄС достатньо ретельно працюють над вдосконаленням податкової і трудової політики для реалізації бізнесу в креативних індустріях; формуванням системи взаємодії креативних індустрій з іншими секторами економіки; створенням креативних хабів, які б забезпечили комунікації між культурними організаціями та креативними індустріями; подоланням комунікаційного бар'єру між органами влади та громадськістю; проведення постійних та об'єктивних досліджень у сфері культури. Розглянуто, що на креативну економіку в ЄС спрямована значна державна підтримка, яка проявляється через закупівельну активність, реалізацію фінансових та податкових пільг, субсидювання та сприяння зайнятості населення в даному секторі. Аналіз виділених нами експортних стратегій креативних індустрій країн ЄС дозволяє визначити ряд інструментів, найбільш часто використовуваних для стимулювання експорту продукції даного сегмента економіки.

Ключові слова: креативна економіка; креативні індустрії; культурні індустрії; Європейський Союз; стимулювання експорту; економіка культури; експортна стратегія; експорт

UDC 339.976.2

STRATEGIES FOR PROMOTING THE EXPORT OF CREATIVE INDUSTRIES TO EU COUNTRIES

DOI 10.30838/ P.ES.2224.040719.64.548

JEL: F14, O52, Z00

**Chala V., PhD in Economics
Rybina K.***«Prydniprovskya State Academy of Civil Engineering and Architecture»*

The author shows that the cultural and creative industries (hereinafter-CCI) – valuable sector of the economy, a source of economic growth, especially EU exports, profitability. The existence of a colossally branched and multilevel support for the export of CCI has been established. It is shown that in the history of the EU there are about a dozen all-Union programs to support the creative sector. Various events, a number of tools and programs to stimulate the export of products of this segment of the economy for the EU countries, European world-famous companies of the creative sector are highlighted. The structure of the export European creative industry is analyzed, the classification of export promotion strategies used by them is carried out. This analysis allows us to identify the key tools used by the EU countries to stimulate the export of creative goods and services: consulting and analytical assistance in the field of foreign trade, credit and fiscal instruments to stimulate exports, grant and infrastructure support, matching the wording of clusters and network development of creative industries in different countries. It is emphasized that today the EU countries are working very carefully to improve the tax and labor policies for the implementation of business in the creative industries; the formation of a system of interaction between the creative industries with other sectors of the economy; the creation of creative hubs that would provide communication between cultural organizations and creative industries; overcoming the communication barrier between authorities and the public; conducting permanent and objective research in the field of culture. It is considered that significant state support is directed to the creative economy in the EU, which is manifested through procurement activity, implementation of financial and tax benefits, subsidies and promotion of employment in this sector. An analysis of selected us export strategies for creative industries in EU countries allows you to define a number of tools that are commonly used to promote exports of products in this segment of the economy.

Keywords: creative economy; creative industries; cultural industries; European Union; export promotion; economy of culture; export strategy; export

Актуальність. Незважаючи на пріоритетне значення креативних індустрій у формуванні «розумного» економічного зростання в ЄС і запуск наднаціональних програм стимулювання їх експорту (наприклад, Creative Europe, ін), в національній площині країн зберігаються дисбаланси у підготовці та реалізації подібних програм. Наявні

статистичні дані не дозволяють нам в даний час в повній мірі оцінити ефективність стимулювання експорту креативних товарів і послуг країн ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дж. Хоукінс розглядав вплив креативних індустрій на світову економіку. Р. Флорида визначає креативну економіку на основі професій. Дж. Поттс і С. Каннінгем намагалися визначити вплив креативних галузей на економіку та визначили чотири моделі, що описують відносини між креативними галузями та рештою економіки. Ч. Лендрі розглядав креативність як визначальний фактор формування сучасної постіндустріальної цивілізації та необхідний атрибут успішного розвитку нової та наднової економік.

Проблемам формування креативної економіки також приділяли увагу такі відомі іноземні вчені: Ф. Альжанова, Дж. Х. Гілмор, Дж. Джейкобс, Е.В. Зеленцова, Р.Кейвз, Й. Клоудова, С. Коендер, П. Кук, С. Маркузен, Й. Мельвіль, М. Метьюс, К. Нордстрем, К. Оаклі, Дж. О'Коннор, Дж. Пін, А. Прагт, Дж. Поттс, Й. Ріддерстрале, А. Рен, А. Скотт, І. Тінаглі, С. Торп, Д. Тросбі, П. Холл, Й. Шерер.

У вітчизняному науковому середовищі також є певна зацікавленість теоретико-методологічними особливостями зазначеної проблематики. Серйозний доробок в цій сфері запровадили: О. Білокрилова, С. Головін, І. Дубіна, М. Каменських, А. Локалов, А. Мержвинська, А. Пакуліна, А. Степанов, Ю. Сотнікова, В. Чорна.

Для подальшого вирішення у цьому напрямку потребують питання пов'язані з аналізом та підтримкою креативно-культурного сектору та створення надійного клімату для подальшого впровадження у цій сфері інновацій.

Метою даної статті є вивчення стратегій, які спонукають до експорту продукції ККІ в країнах ЄС.

Виклад основних результатів дослідження. Креативна економіка є одним із динамічних секторів світової економіки і драйвером економічного розвитку в деяких країнах світу. Європа залишається законодавцем креативності на світовій арені, у першу чергу завдяки Великобританії - перша країна, де була організованість в процесах і політика щодо креативної економіки, яка з'явилась на рівні урядового документу [1].

Культуру та креативність країн ЄС вважають перспективною, оскільки на її теренах функціонує другий за величиною ринок креативної економіки, який поступається лише ринку Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Дохід від функціонування креативних індустрій європейських країн перевищує 700 млрд. дол. США, що становить 32% від світових доходів креативного сектору. Відтак, з боку головних органів ЄС та національних урядів останнім часом спостерігається велика зацікавленість у розвитку креативних і культурних індустрій [2].

У загальному випадку креативні індустрії включають в себе теле- і радіомовлення, кіноіндустрію, образотворче та виконавське мистецтва, музичну індустрію, виставкову діяльність, видавничу справу, рекламну діяльність, архітектурне проектування, дизайнерське мистецтво тощо [3].

Культура і творчий сектор визнані джерелами економічного зростання, порозуміння і діалогу в суспільстві, а також одним із ключових елементів механізму підвищення ефективності соціально-економічної політики ЄС. Цей факт був врахований при формуванні стратегії соціально-економічного розвитку ЄС на період до 2020 року «Європа 2020», прийнятої Європейською Радою навесні 2010 року, та Резолюції Європейського парламенту «Про сприяння розвитку культурних та креативних індустрій Європи як джерела економічного зростання та зайнятості» [4].

Важливість інвестицій у креативні і культурні індустрії підкреслює рамковий документ – програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахований на 2014-2020 рр. Програма спрямована на підтримку європейського кіно, культури та креативного сектору, що надає їм можливість збільшити контрибуцію у зайнятість населення та економічне зростання. Підтримуючи європейську культурну активність та пошук нових аудиторій в інших країнах, програма сприяє збереженню культурного і лінгвістичного розмаїття, оскільки, на відміну від попередніх культурно-гуманітарних проектів Європейської Комісії, передбачає участь країн, які не є членами ЄС, а саме Норвегії, Ісландії, Боснії і Герцеговини, Республіки Македонії, Сербії, Чорногорії, України, Туреччини і Грузії [5]. Бюджет програми на цей період становить 1,46 млрд. євро. Платформою регіональних та національних розробників стратегії розвитку креативних індустрій та підтримки бізнесу у цьому

секторі є Європейський альянс креативних індустрій (European Creative Industries Alliance – ECIA), заснований у 2011 р.

В даний час всі стратегії стимулювання експорту креативних індустрій в ЄС можна класифікувати за 4 ознаками (Рис 1).

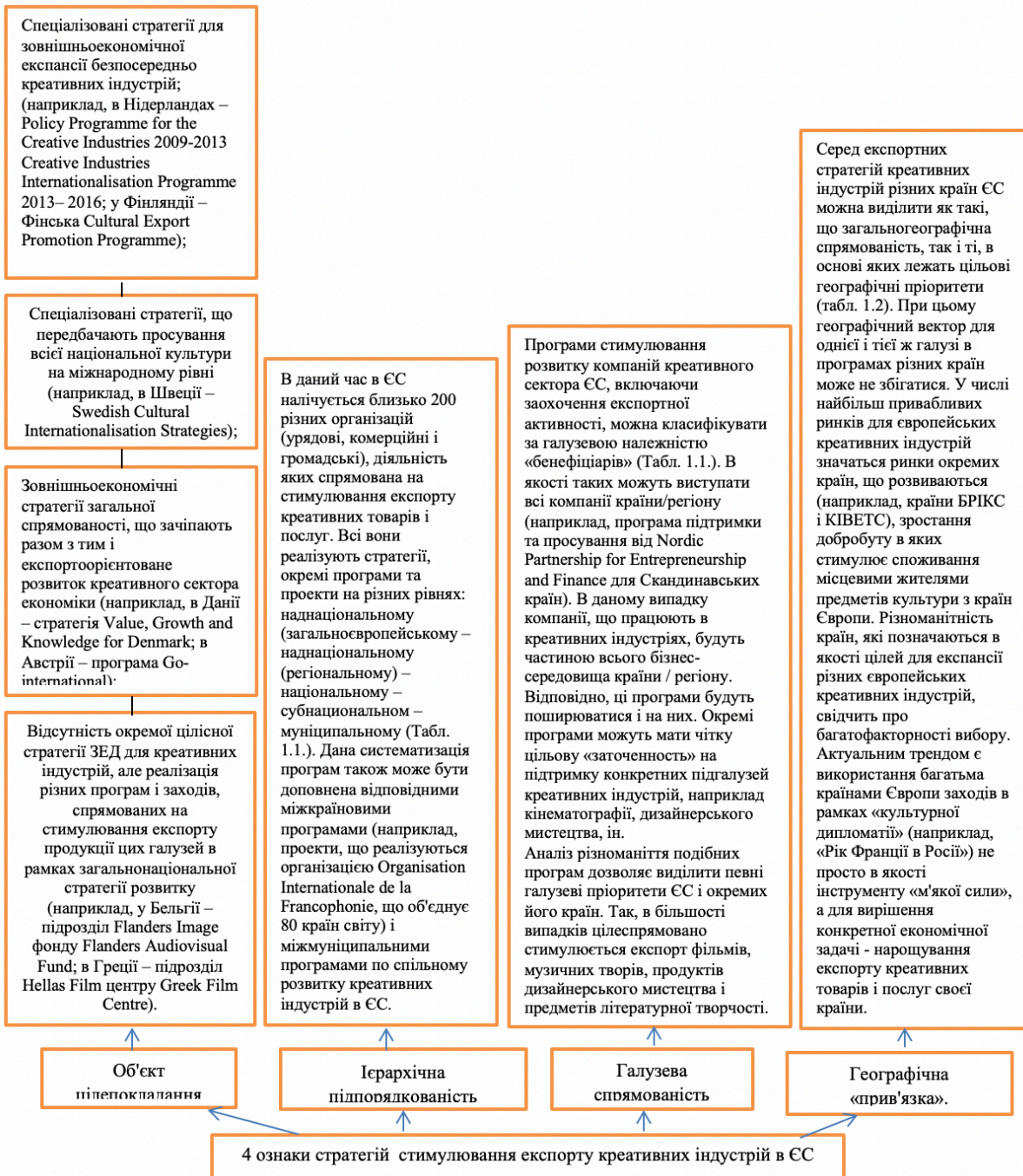


Рис 1. Чотири ознаки стратегії стимулювання експорту креативних індустрій в ЄС
Джерело: розроблено автором на основі: [6;7;8]

Таблиця 1 – Окремі програми та заходи щодо стимулювання експорту креативної продукції країн ЄС

Ієрархічна підпорядкованість	Галузева спрямованість									
	Всі компанії в економіці		Всі креативні індустрії		Окремі підгалузі креативних індустрій					
	Книжко ва індустрія	Кіно- індустрія	Дизайнерське мистецтво	Музична індустрія	Виконавське мистецтво	Розробка комп'ютерних ігор	Архітектурні проєктування	Образотворче мистецтво		
Національний (загально-європейський)	Small Business Act for Europe*; COSME*	The Creative Europe programme*; The MEDIA Mundus Programme*	Federation of European Publishers**; European Magazine Media Association**	European Film Promotion**	Bureau of European Design Associations**	European Music Office**	Point of information on European markets for creatives*	-	-	-
Національний (Регіональний)	Nordic Partnership for Entrepreneurship and Finance** (Скандинавські країни)	Nordic Partnership for Expansion of Cultural and Creative Industries** (Скандинавські країни)	-	Nordisk Film & TV Fond** (Скандинавські країни)	-	The Nordic Music Export Programme (NOMEX)* (Скандинавські країни)	-	-	-	-
Національний	Enterprise Estonia** (Естонія); UK Trade & Investment** (Великобританія)	Luovinto* (Фінляндія); ADDICT Creative Industries** (Португалія); CLICKNL** (Нідерланди); Association pour la Promotion de la Creation Industrielle** (Франція)	Litrix* (Німеччина); Estonian Publishers Association** (Естонія); Translation* (Болгарія)	Finnish Film and Audiovisual Export (FAVEX)** (Фінляндія); Association des Exportateurs de Films** (Франція)	The Dutch Design Fashion Architecture (DutchDFA)* (Нідерланди); Design Policy* (Данія)	Austrian Music Export** (Австрія)	TAIVEX* (Фінляндія); Finnish Theatre Information Centre (TINFO)** (Фінляндія)	Neogames** (Фінляндія)	Network for Architecture Exchange (NAX)** (Німеччина)	Portuguese Association of Art Galleries** (Португалія)
Субнаціональний	Flanders Investment & Trade (FIT)** (Фламандський регіон, Бельгія)	Creative.NRW** (Північний Рейн - Вестфалія, Німеччина); Catalan Arts* (Каталонія, Іспанія)	Flemish Literature Fund** (Фламандський регіон, Бельгія)	Flanders Image** (Фламандський регіон, Бельгія)	Design Flanders** (Фламандський регіон, Бельгія)	Wallonie-Bruxelles Music** (Валлонський регіон, Бельгія)	-	-	-	-
Муніципальний	London Small Business Centre** (Лондон, Великобританія)	Berlin Partner** (Берлін, Німеччина); departure – the Creative Agency of the City of Vienna** (Відень, Австрія)	-	-	BCN Design Export programme* (Барселона, Іспанія)	-	-	-	-	-

* Програма стимулювання експорту креативних товарів і послуг.

** Організація, що реалізує набір програм і заходів щодо стимулювання експорту креативних товарів і послуг.

Джерело: розроблено автором на основі: [6]

Таблиця 2 – Географічна спрямованість окремих програм і заходів щодо стимулювання експорту креативної продукції країн ЄС

Програми і заходи по просуванню експорту	Період дії	Цільова установка	Географічний вектор
Програма DutchDFA, Нідерланди	2013–2016	Зміцнення позицій нідерландського дизайну, моди і архітектури	Індія, Китай, Туреччина, Німеччина
Діяльність організації Bureau international de l'edition française (BIEF), Франція	2012 – теперішній час	Просування французької літератури	ОАЕ, Бразилія, Республіка Корея, Китай, Індія, Туреччина, Росія, Мексика
Програма Litrix, Німеччина	2004 – теперішній час	Просування сучасної німецької літератури	Арабські країни, Китай, Бразилія, Аргентина, Росія
Фестиваль Spain arts & culture, Іспанія	2012	Просування іспанської культури і мистецтва	США
Фестиваль UK Now, Великобританія	2012	Просування сучасного британського мистецтва	Китай
Серія виставок Danish design and art exhibitions, Данія	2011	Розширення датського експорту в сфері дизайну та мистецтва	Австралія
Діяльність організації Design Forum Finland, Фінляндія	Постійно	Просування фінського дизайнерського мистецтва	Центральна Європа, Росія, Японія, США

Джерело: розроблено автором на основі: [7; 8; 9; 10]

Аналіз виділених нами експортних стратегій креативних індустрій країн ЄС дозволяє визначити ряд інструментів, найбільш часто використовуваних для стимулювання експорту продукції даного сегмента економіки. Перш за все до них відносяться інформаційно-аналітична та консультаційна підтримка, гранти та субсидії, податкові відрахування і кредитні гарантії, (Таблиця 3).

Важливу роль при використанні окремих інструментів реалізації повномасштабних стратегій стимулювання експорту креативних індустрій грає ефективність їх застосування. В даному випадку ми стикаємося з певними проблемами в її оцінці. Кінцевий ефект від реалізації даних програм може мати відкладений характер і буде визначено по витікання деякого часу; як вірно і те, що результативність програм може проявлятися в поліпшенні нефінансових показників.

Таблиця 3 – Окремі інструменти стимулювання експорту креативних товарів і послуг в країнах ЄС

Інструмент	Практичне використання
Менторська підтримка перспективних проектів	В рамках програми Red Jackets (Латвія) передбачена менторська підтримка латвійських компаній з найбільшим експортним потенціалом
Консультаційна та аналітична підтримка в сфері ЗЕД, маркетингу і т. п.	Інформаційний проект Development and Actualisation of Information on Countries for Crossborder Activities of Architects and Engineers (Німеччина) містить інформацію про 30 перспективних експортних ринків для арх. бюро
Грантова, субсидійна і організаційна підтримка участі в міжнародних виставках, фестивалях; Тревел-гранти	Програма The Grant Programme for Internationalization (Нідерланди) з бюджетом 1 млн євро на рік, що реалізується фондом Creative Industries Fund NL, спрямована на грантову підтримку міжнародних проектів нідерландських підприємців (Мода, дизайн, архітектура, комп'ютерні ігри). В рамках програми Film Sales Support (ЄС) організація European Film Promotion компенсує 45% всіх маркетингових витрат, пов'язаних з просуванням фільмів на фестивалях, що проводяться за межами ЄС
Організація міжнародних заходів, залучають потенційних споживачів, торгові місії і інші експортоорієнтовані заходи	Торгові місії для британських креативних індустрій з відвідуванням потенційних зарубіжних ринків в рамках програми The Market Visit Support з безкоштовною організаційною підтримкою і частковим відшкодуванням витрат (200-950 ф. Ст.) Від UK Trade and Investment (ВВ)
Грантова підтримка приїзду потенційних споживачів	В рамках програми Swedish Cultural Internationalisation Strategies (Швеція) здійснюється фінансування приїзду зарубіжних видавців і літературних агентів на шведський нижковий ярмарок Gothenburg Book Fair
Грантова підтримка проектів на ранній стадії	Фонд Digital Development Fund (Уельс) надає гранти в розмірі 5 000-50 000 ф. ст. на розвиток цифрових продуктів за умови приватного співфінансування. В рамках програми Translation / «Превод» (Болгарія) з бюджетом в 30 тис. болгарських левів, що реалізується фондом Bulgarian National Culture Fund (Націонален фонд «Культура»), авторам літературних творів компенсуються витрати (Згідно кошторисної документації) на переклад книг на іноземні мови
Кредитні інструменти стимулювання експорту	Державні гарантії для креативних індустрій на 75-90% величини експортних кредитів, що надаються експортно-кредитним агентством FINNVERA (Фінляндія). Фонд The Cultural and Creative Sector Loan Guarantee Facility (Франція, Іспанія) здійснює гарантійне сприяння в отриманні кредитів компаніями, що діють в креативному секторі економії
Фіскальні інструменти стимулювання експорту	Для французьких компаній, що розробляють відеоігри, передбачено податковий кредит Credit d'Impot Jeux Video в розмірі до 3 млн євро в рік, що дає право на пільгу зі сплати корпоративного податку в розмірі 20% всіх понесених витрат (максимум 15 млн євро в рік)
Програми сприяння формуванню кластерів і мережної взаємодії креативних індустрій різних країн	Програма Crossing The Borders (Скандинавські країни), що діє в рамках більш масштабного проекту Nordic Travel Pass, допомагає гастролюючим в рамках регіону скандинавським артистам отримувати знижки в готелях, ресторанах, дизайн-бюро і друкарнях
Інфраструктурна підтримка	В рамках проекту HUBSTART (Нідерланди) нідерландські програмісти отримують місце для офісу в Кремнієвій долині (США). В рамках програми Dutch DFA programme (Нідерланди) нідерландські підприємці, що працюють в креативних індустріях, можуть скористатися коворкінг-центром Dutch Design Workspace Shanghai в Шанхаї
Інформаційна підтримка креативних індустрій	Організація Swedish Film Institute (Швеція) в рамках програми Swedish Cultural Internationalisation Strategies три рази в рік публікує міжнародний журнал Swedish Film Magazine з прозором нових шведських фільмів

Джерело: розроблено автором на основі: [11; 12; 13; 14]

Програма Dutch DFA Programme діяла в Нідерландах в 2013-2016 рр. в рамках комплексної стратегії Policy Programme for the Creative Industries. Її мета - просування нідерландських компаній, що працюють в сфері дизайну, моди і архітектури, на ринки Китаю, Індії, Німеччини та

Туреччини [15]. Аналізуючи експорт предметів дизайнерського мистецтва в Китаї та Індії за час реалізації даної програми, відзначимо, що в 2016 р, в останній рік дії цієї програми, динаміка експорту Нідерландів в Китай показала кращі результати в порівнянні із загальносвітовою і загальноєвропейським значеннями.

Аналогічна динаміка експорту Нідерландів в Індію була провальною на тлі світового експорту, але навіть в цьому випадку вона виявилася вище середньоєвропейської. Вагоміших результатів Нідерланди, можливо, могли досягти, якби приділяли Індії стільки ж уваги, скільки і Китаю, наприклад, в період до 2016 р відкрили в Мумбаї коворкінг-центр за аналогією з Dutch Design Workspace Shanghai в Шанхаї. В цілому очевидно, що Dutch DFA Programme продемонструвала певну економічну ефективність.

Європейської мережі креативних хабів – дворічної програми, яку втілює Британська Рада спільно з шістьма європейськими хабами (у Греції, Португалії, Німеччині, Сербії, Великій Британії та Іспанії), а також Європейською мережею бізнес-інноваційних центрів. Цілі програми: підтримати функціонування і розвиток культурних хабів у Європі; створити спільноту досвідчених менеджерів хабів по всій Європі; популяризувати хаби як інноваційну модель, що сприяє розвитку креативної економіки в Європі.

У межах програми підтримуються різноманітні конференції, навчальні програми та надаються тревел-гранти, сприяючи обміну досвідом між різними хабами. Наприкінці червня 2016 р. Європейський інвестиційний фонд та Європейська Комісія оголосили про запуск схеми гарантування кредитів малому бізнесу із сектору креативної економіки обсягом 121 млн євро. Очікується, що завдяки цій схемі банки та інші фінансові організації нададуть понад 600 млн євро кредитів організаціям креативної економіки. Схема покриватиме до 70% ризику неповернення окремих кредитів організаціям креативної економіки і до 25% ризику загального кредитного портфеля для організацій креативної економіки банкам-учасникам. Це ефективний фінансовий інструмент для розвитку одного з найдинамічніших секторів європейської економіки.

Таким чином, незважаючи на новітність креативних індустрій, національні економіки, зокрема країни ЄС, займають активну позицію у їх розвитку.

Висновки. Культуру та креативність країн ЄС вважають перспективною. Було встановлено, що країни ЄС давно проводять стимулюючі заходи. З'ясовано що стратегія багаторівнева, від всесоюзного до національного і локального рівнів. Із зібраних даних вдалося встановити, що на даний момент всі стратегії стимулювання експорту креативних індустрій в ЄС можна класифікувати по 4 ознаками: об'єкт цілепокладання; ієрархічна підпорядкованість; галузева спрямованість; географічна «прив'язка».

Потрібно зауважити, що існують окремі програми та заходи щодо стимулювання експорту ККІ країн ЄС, вони складаються з 5 видів ієрархічної підпорядкованості: наднаціональний (загальноєвропейський), наднаціональний (регіональний), наднаціональний, субнаціональний, муніципальний.

Також є ряд інструментів стимулювання експорту креативних товарів і послуг, а саме: менторська підтримка перспективних проектів; консультаційна та аналітична підтримка в сфері ЗЕД, маркетингу і т. п.; організація міжнародних заходів, яка залучає потенційних споживачів, торгові місії і інші експортоорієнтовані заходи; грантова підтримка приїзду потенційних споживачів; грантова підтримка проектів на ранній стадії; кредитні та фіскальні інструменти стимулювання експорту; програми сприяння формуванню кластерів і мережної взаємодії креативних індустрій різних країн; інфраструктурна підтримка; інформаційна підтримка креативних індустрій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кадочников С. М., Кодачигов Р. В. Змінення товарної структури світового експорту креативних товарів // Вісник Уральського державного економічного університету. 2012. № 4.
2. Мальцев А. А., Кодачигов Р. В. Креативні імперативи сучасної глобальної економіки: можливості для сільського господарства // Агропродовольствена політика Росії. 2013. № 11.
3. Посібник з економіки культури / за ред. Р. Тоузе. 2-е вид. Челтенхем, Великобританія: Edward Elgar Publishing Limited, 2011.
4. Браун Е., Лаванга М. Міжнародний порівняльний Квікскан в національну політику для творчої індустрії // Європейський інститут порівняльних міських досліджень. Роттердам, 2007. URL: <http://goo.gl/9CYWvE>.

5. Побудова цифрової економіки: важливість збереження робочих місць у творчих галузях ЄС // Консультанти TERA. 2010. URL: <http://goo.gl/i8kxjj>.
6. Створення зростання - вимірювання культурних та творчих ринків в ЄС // EY. 2014. URL: <http://goo.gl/Nwmv15>.
7. Звіт про креативну економіку за 2010 рік // ЮНКТАД. 2010. URL: <http://goo.gl/fku6q9>.
8. Творчі галузі та інновації в Європі / за ред. Л. Лазеретті. Абінгдон, Великобританія: Routledge, 2013.
9. Творча цінність - Документ про політику культури та економіки // Міністерство економіки Нідерландів, Міністерство освіти, культури та науки Нідерландів, 2009. URL: <http://goo.gl/NQPiB5>.
10. Європа 2020. Стратегія розумного, стійкого та всеосяжного зростання // Європейська комісія. 2010. URL: <http://goo.gl/VPhA6Q>.
11. Флемінг Т., Нільссон-Андерсен П. Зелена книга креативної економіки для Північного регіону // Північний інноваційний центр. 2007. URL: <http://goo.gl/zZIjka>.
12. Звіт про належну практику щодо стратегій підтримки експорту та інтернаціоналізації культурного та творчого секторів // Робоча група відкритого методу координації (ОМК). 2014. URL: <http://goo.gl/pSxSoL>.
13. Мікіч Х. Вимірювання економічного внеску культурних індустрій. Огляд та оцінка сучасних методологічних підходів // Інститут статистики ЮНЕСКО. 2012. URL: <http://goo.gl/w0GbDC>.
14. Power D. Доповідь про пріоритетний сектор: Творча та культурна індустрія // Європейська обсерваторія кластерів. 2011. URL: <http://goo.gl/vky8E9>.

REFERENCES:

1. Kadochnykov S. M., Kodachyov R. V. (2012) Zminennia tovarnoi struktury cvitovoho eksporta kreatyvnykh tovariv [Changes in the commodity structure of the world export of creative goods]// Visnyk Uralskoho derzhavnoho ekonomichnoho universytetu, 4 [in Ukrainian].
2. Maltsev A. A., Kodachyov R. V. (2013) Kreatyvni imperatyvy suchasnoi hlobalnoi ekonomiky: mozhlyvosti dlia silskoho hospodarstva [Creative imperatives of today's global economy: opportunities for agriculture]// Ahroprodovolstvennaia polityka Rosii, 11 [in Ukrainian].
3. Za red. R. Touze. 2-e vyd. Cheltenham (2011) - Posibnyk z ekonomiky kultury /, Velykobrytaniia: Edward Elgar Publishing Limited [in Ukrainian].

4. Braun E., Lavanha M. (2007) Mizhnarodnyi porivnialnyi Kvikskan v natsionalnu polityku dlia tvorchoi industrii [The international comparative Quick Scan into national politics for the creative industry]// Yevropeiskyi instytut porivnialnykh miskykh doslidzhen. Rotterdam. Retrieved from: <http://goo.gl/9CYWvE> [in Ukrainian].
5. Pobudova tsyfrovoi ekonomiky: vazhlyvist zberezhennia robochykh mists u tvorchykh haluziakh YeS [Building a digital economy: the importance of job creation in the EU's creative industries] // Konsultanty TERA(2010). Retrieved from URL: <http://goo.gl/i8kxjj> [in Ukrainian].
6. Stvorennia zrostannia - vymiriuvannia kulturnykh ta tvorchykh rynkiv v YeS // EY. (2014). Retrieved from: <http://goo.gl/Nwmv15> [in Ukrainian].
7. Zvit pro kreatyvnu ekonomiku za 2010 rik // YuNKTAD. (2010). Retrieved from: <http://goo.gl/fku6q9> [in Ukrainian].
8. Za red. L. Lazeretti (2013) Tvorchy haluzi ta innovatsii v Yevropi. Abinhdon, Velykobrytaniia: Routledge [in Ukrainian].
9. Tvorchy tsinnist - Dokument pro polityku kultury ta ekonomiky [Creative value - Document on the policy of culture and economy] // Ministerstvo ekonomiky Niderlandiv, Ministerstvo osvity, kultury ta nauky Niderlandiv,(2009). Retrieved from: <http://goo.gl/NQPiB5> [in Ukrainian].
10. Yevropa 2020. Stratehiia rozumnoho, stiikoho ta vseosiazhnoho zrostannia [Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth] // Yevropeiska komisiia(2010). Retrieved from:<http://goo.gl/VPhA6Q> [in Ukrainian].
11. Fleminh T., Nilsson-Andersen P.(2007) Zelena knyha kreatyvnoi ekonomiky dlia Pivnichnoho rehionu [Green Book on Creative Economy for the Northern Region] // Pivnichnyi innovatsiynyi tsentr. Retrieved from: <http://goo.gl/zZlJka> [in Ukrainian].
12. Zvit pro nalezhnu praktyku shchodo stratehii pidtrymky eksportu ta internatsionalizatsii kulturnoho ta tvorchoho sektoriv [Good Practice Report on Strategies to Support the Export and Internationalization of the Cultural and Creative Sectors] // Robocha hrupa vidkrytoho metodu koordynatsii (OMK) (2014). Retrieved from: <http://goo.gl/pSxSoL> [in Ukrainian].
13. Mikykh Kh. (2012) Vymiriuvannia ekonomichnoho vnesku kulturnykh industrii. Ohliad ta otsinka suchasnykh metodolohichnykh pidkhodiv Measuring the economic contribution of cultural industries. Review and evaluation of current methodological approaches] // Instytut statystyky YuNESKO. Retrieved from: <http://goo.gl/w0GbDC> [in Ukrainian].
14. Power D (2011). Dopovid pro priorytetnyi sektor: Tvorchy ta kulturna industriia [Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries] // Yevropeiska observatoriia klasteriv. Retrieved from: <http://goo.gl/vky8E9> [in Ukrainian].