УДК 338.1
JEL: F29

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН АЗІЙСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ

© 2020 **ХАЛІНА О. В.**

УДК 338.1
JEL: F29

Халіна О. В. Креативна економіка як основа економічного розвитку країн Азійсько-Тихоокеанського регіону

Головною умовою якісного економічного зростання країн Азійсько-Тихоокеанського регіону (АТР) є активний розвиток креативної економіки. Мета статті полягає у дослідженні сутності креативної економіки, визначенні класифікації товарів і послуг, які входять до цієї сфери, і головне – причин її популяризації в сучасному економічному просторі. Для дослідження були обрані такі представники АТР, як Сінгапур, Південна Корея, Китай та Індія, які своєчасно відійшли від екстенсивної моделі економічного розвитку та спрямували свої виробничі потужності на творчу діяльність задля покращення синтезу технологій, мистецтва та культури в інноваційних формах бізнесу. Аналізуючи вищеперелічені азійські країни, були визначені їх сильні сторони за такими напрямками: темпи приросту валового внутрішнього продукту за паритетом купівельної спроможності, рейтинг інноваційних економік, експорт високотехнологічних товарів. Господарювання Китаю характеризується стрімким нарощуванням об'ємів виробництва, Південна Корея і Сінгапур зорієнтовані на якість та новизну товару, Індія ставить за мету розвивати експортний потенціал своєї держави. Водночас нами досліджено активність залучення азійських країн у творчу діяльність і виокремлено товари та послуги, за якими вони займають провідні позиції. Таким чином, при визначенні пріоритетних сфер економічного розвитку азійських країн на перше місце виходить його інноваційна та креативна складові. У статті визначено, що креативна економіка є провідною сферою економічного та соціального розвитку, яка сприяє комерціалізації талантів, інтелектуальної власності та розвитку приватного підприємництва на прикладі країн АТР.

Ключові слова: *креативна економіка, економічний розвиток, країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, креативна індустрія, інновації, соціокультурний аспект.*

DOI: *https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-57-62*

Табл.: *2.* ***Бібл.:*** *14.*

Халіна Ольга Валеріївна *– кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки та світового господарства, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)*

E-mail: *olga.khalina@karazin.ua*

ORCID: *https://orcid.org/0000-0003-3048-8249*

УДК 338.1
JEL: F29

Халина О. В. Креативная экономика как основа экономического развития стран Азиатско-Тихоокеанского региона

Главным условием качественного экономического роста стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) является активное развитие креативной экономики. Цель статьи заключается в исследовании сущности креативной экономики, определении классификации товаров и услуг, входящих в данную сферу, и главное – причин ее популяризации в современном экономическом пространстве. Для исследования были выбраны такие представители АТР, как Сингапур, Южная Корея, Китай и Индия, которые своевременно отошли от экстенсивной модели экономического развития и направили свои производственные мощности на творческую деятельность для улучшения синтеза технологий, искусства и культуры в инновационных формах бизнеса. При анализе вышеперечисленных азиатских стран были определены их сильные стороны по следующим направлениям: темпы прироста валового внутреннего продукта по паритету покупательной способности, рейтинг инновационных экономик, экспорт высокотехнологичных товаров. Хозяйствование Китая характеризуется стремительным наращиванием объемов производства, Южная Корея и Сингапур сориентированы на качество и новизну товара, Индия ставит целью развивать экспортный потенциал своего государства. На ряду с этим нами исследована активность привлечения азиатских стран в творческую деятельность, и выделены товары и услуги, по которым они занимают ведущие позиции. Таким образом, при определении приоритетных сфер экономического развития азиатских стран на первое место выходит его инновационная и креативная составляющая. В статье определено, что креативная экономика является ведущей сферой экономического и социального развития, которая способствует коммерциализации талантов, интеллектуальной собственности и развитию частного предпринимательства на примере стран АТР.

Ключевые слова: *креативная экономика, экономическое развитие, страны Азиатско-Тихоокеанского региона, креативная индустрия, инновации, социокультурный аспект.*

Табл.: *2.* ***Библ.****: 14.*

Халина Ольга Валерьевна *– кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики и мирового хозяйства, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)*

E-mail: *olga.khalina@karazin.ua*

ORCID: *https://orcid.org/0000-0003-3048-8249*

UDC 338.1
JEL: F29

Khalina O. V. Creative Economy as the Basis for Economic Development in the Asia-Pacific Region

The main condition of qualitative economic growth of the countries of Asia-Pacific region (APR) is the active development of creative economy. The article is aimed at researching the essence of the creative economy, defining the classification of goods and services in this sphere, and most importantly – the reasons for its popularization in the modern economic space. For purposes of the research, the representatives of the APR, such as Singapore, South Korea, China and

India are chosen, which have timely passed from the extensive model of economic development and direct their production capacities toward creative activity to improve the synthesis of technology, art and culture in innovative business forms. Analyzing the above-mentioned Asian countries, the author defined strengths in the following directions: the growth rate of gross domestic product according to purchasing power parity, the rating of innovative economies, the exports of high-tech goods. China's economy is characterized by rapid buildup of production volumes, South Korea and Singapore are focused on the quality and novelty of the goods, India aims to develop the export potential of its State. At the same time, the article researches the activity of Asian countries engaging in creative activities and identifies the goods and services by which they occupy a leading position. Thus, in determining the priority spheres of economic development of Asian countries, the first place take the innovative and creative components. The article determines that the creative economy is a leading sphere of economic and social development that promotes the commercialization of talents, intellectual property and development of private entrepreneurship on the example of the Asia-Pacific countries.

Keywords: *creative economy, economic development, countries of Asia-Pacific region, creative industry, innovations, socio-cultural aspect.*

Tabl.: *2.* ***Bibl.:*** *14.*

Khalina Olha V. *– PhD (Economics), Associate Professor of the Department of International Economics and World Economy, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)*

E-mail: *olga.khalina@karazin.ua*

ORCID: *https://orcid.org/0000-0003-3048-8249*

Азійсько-Тихоокеанський регіон (АТР) у сучасному глобалізованому світі став зоною динамічного економічного розвитку. Швидке випередження країн АТР за темпами економічного зростання та стрімке підвищення їх глобальної конкурентоспроможності наштовхує на думку, що в найближчий час АТР може стати провідним центром світового економічного розвитку завдяки пріоритетності творчої складової (креативності) в різних сферах економічної діяльності, результатом чого стає унікальний синтез технологій, мистецтва та культури в інноваційних формах бізнесу.

Засновниками теорії креативної економіки вважаються Дж. Хокінс, Р. Флоріда та Ч. Лендрі. Подальшими розробками в цьому напрямку наукової думки займались Дж. Поттс, Д. Тросбі та Дж. О'Коннор. Питання, які пов'язані із особливостями впливу креативної економіки на показники соціально-економічного розвитку, порушив у своїх працях Р. Флоріда. Він запропонував глобальний індекс креативності як інтегральний показник, який базується на визначенні коефіцієнтів технології, таланту та толерантності [9]. Дж. Поттс був зосереджений на методах оцінювання впливу креативних і культурних індустрій на зростання національної економіки.

Багато проблем і тенденцій, пов'язаних з креативною економікою, теоретичного та практичного значення висвітлюють у своїх роботах українські та російські вчені-економісти: О. Білокрилова, І. Дубіна, А. Локалов, С. Киризюк, Т. Кізима, В. Чорна, А. Пакуліна, А. Степанов. Водночас очевидно, що дотепер не створено достатньої бази вітчизняних наукових досліджень, які б цілком охоплювали весь спектр проблем і можливостей, пов'язаних із розвитком креативної економіки в світовому господарстві та в Україні.

Мета статті полягає у дослідженні сутності креативної економіки, у визначенні класифікації товарів і послуг, які входять до цієї сфери, і головне – причин її популяризації в сучасному економічному просторі на прикладі країн АТР, де за її умов створюються сучасні економічні цінності. Грунтуючись на творчіх рурсах, знаннях і технологічних інноваціях, комерціалізуючи їх, креативна економіка демонструє свій потужний потенціал для якісного економічного розвитку країн Азійсько-Тихоокеанського регіону.

Азійсько-Тихоокеанський регіон включає до свого складу за різними джерелами від 44 до 53 країн, у тому числі і вже наявні центри сили – США та Японію. Перспектива перетворення Азії на глобальний економічний центр зумовлена насамперед наявністю в ньому регіонального гіганту Японії та «нових індустріальних країн»: Китайської Народної Республіки, Південної Кореї, Сінгапуру, Індії, Таїланду й ін. Зазначені країни мають щорічні високі темпи зростання ВВП, і така особливість цього регіону формує незламну тенденцію до перетворення його на важливий центр світової економіки та політики, який може стати реальним конкурентом для Євроатлантичного регіону [1, с. 117–118].

Аналіз розвитку азійських країн на сучасному етапі дає змогу спостерігати якісне економічне зростання і, якщо в найбільш розвинених країнах регіону така тенденція була характерна протягом останніх десятиліть, то в таких державах, як Сінгапур, Південна Корея, Китай та Індія, ці явища тільки починають набирати силу. Наступні зміни, в першу чергу, пов'язані зі спадом попиту на товари промислового виробництва, зростанням витрат на заробітну плату та зниженням державних інвестицій. Вказані фактори зумовили появу тенденцій переходу від екстенсивної моделі зростання, яка обумовлена використанням дешевої робочої сили і власних природних ресурсів, до джерел зростання завдяки творчій і інноваційній діяльності, знанням і ноу-хау [2, с. 51]. Це призвело до реальної можливості для країн Азійсько-Тихоокеанського регіону (АТР) стати центрами економічного і технологічного впливу [3, с. 18], а завдяки зростанню ролі креативної економіки ще й вирішити не тільки економічні, а й соціальні проблеми на сучасному етапі.

Вперше термін «креативна економіка» був вказаний на сторінках журналу «Business Week» у 2000 році, а вже наступного року Джон Хокінс, член Консультаційної Ради з креативної економіки ООН, у своїй праці «Креативна економіка: як перетворити ідеї на гроші» охарактеризував тенденції цієї сфери у можливостях впливати на світовий розвиток. Закріплення пріоритету розвитку креативних індустрій відбулося завдяки ООН, яка у 2008 році опублікувала перший глобальний звіт по вищевказаному напрямку, а 2009 рік відзначився роком креативності та інновацій. Важливо зазначити, що саме на тлі глобальної фінансової кризи поняття креативності стало новим поштовхом у розвитку світової економіки, яка спрямована на: відродження або ребрендинг країн; висунення ідей екологічного та сталого розвитку; розвинення окремих громад; підвищення глобальної комунікативності [4, с. 50–51].

Загалом сутність креативної економіки зазначається у системі специфічних соціально-економічних відносин, які проявляються між економікою і творчим підходом до її вдосконалення. Все це призводить до формування нового креативного сектора постіндустріальної економіки, яка заснована на використанні творчих ресурсів [5, с. 2].

До категорій креативних індустрій відносяться товари і послуги, які вироблені з використанням культурних та інноваційних складових [6, с. 96–97]. Найвідоміша класифікація креативних індустрій була розроблена ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку), в якій виділяються чотири основні групи:

1. Культурна спадщина (культурні пам'ятки: бібліотеки, музеї, місця розкопок; традиційна культура: ремесла, фестивалі);
2. Мистецтво (виконавче мистецтво: драматичне мистецтво, вокал; образотворче мистецтво: фотографія, скульптура);
3. Медіа (аудіовізуальні твори: телебачення, радіомовлення; нові медіа: відеоігри, цифровий контент);
4. Функціональний креатив (дизайн: архітектура, ювелірні вироби; креативні послуги: цифрові й культурні послуги, реклама) [7, с. 69]. На сучасному етапі виокремлюють три найбільші світові ринки за середньорічним прибутком від креативної індустрії: США – 603 млрд дол., ЄС – 709 млрд дол. та АТР – 743 млрд дол. [8, с. 5].

Азійсько-Тихоокеанський регіон має найбільший прибуток від цієї діяльності, а саме за такими статтями: відеоігри (китайська компанія Tencent, виробник відеоігор – 22,9 млрд дол. США); газети (японська газета «Yomiuri Shimbun» – 10 млн екземплярів у день); книжкова індустрія (індійський книжковий ринок – десята позиція у світі за темпами зростання продажу книг).

Важливим підтвердженням популяризації креативної економіки став Глобальний рейтинг креативності, який проводився Інститутом Martin Prosperity за критеріями «3Т» (Технології, Талант і Толерантність). Він оцінив розвиток креативності 139 країн як за окремими показниками, так і виводячи загальний Індекс глобальної творчості. Технології – інвестиції в наукові дослідження, кількість патентів на душу населення. Талант – робоча сила і частка дорослих з вищою освітою у креативному секторі. Толерантність – ставлення до етнічних і соціальних меншин, а також до іммігрантів. Тобто, якщо загалом країна базується на критеріях 3Т – це дає змогу оцінити її як розвинену соціально-економічну державу, яка може займати провідне місце у світовому господарстві [9]. Аналіз даних свідчить про те, що до найбільш креативних економік відносяться: США, країни Європейського Союзу, Австралія і Нова Зеландія, які займають високі позиції як мінімум за двома критеріями із трьох. Доречним з цього переліку виокремити азійську країну Сінгапур як потенційного лідера АТР, який зі 139 проаналізованих країн зайняв 9-те місце за Індексом глобальної творчості та продемонстрував значний прорив у креативній економіці. За показником Технологія і Талант економіка Сінгапуру займає провідні поділки у цьому ранжируванні, але рівень Толерантності виходить за межі двадцятки, що наголошує на прагненні вдосконалити економічний розвиток завдяки наявності творчого населення, але без покращення соціальних можливостей. Така ж ситуація спостерігається в Китаї та Індії, де за третім критерієм вони займають 96-те й 108-ме місце відповідно зі 139 країн, хоча за технологічним потенціалом це країни не з найгіршим результатом за цим дослідженням. Південна Корея демонструє велику різницю між двома критеріями і тому займає 31-ше місце за Індексом глобальної творчості, хоча за показником Технологія вона є першою і це ще раз підкреслює необхідність у комплексному розвитку інноваційної і соціальної сфер задля забезпечення повноцінного економічного зростання усього АТР.

За рейтингом загальної кількості виробленої креативної продукції (ЗВКР) та об'ємом виробництва креативних товарів і послуг (ВКТП) у розвинених економіках і країнах, що розвиваються, можна проаналізувати сучасний стан розвитку творчої діяльності за окремими країнами. За загальною кількістю виробленої продукції у вищевказаному секторі одне із перших місць за цим рейтингом займає провідна країна ЄС – Велика Британія, це пов'язано з її активною діяльністю у креативній сфері протягом двадцяти років, у створенні агентств підтримки для розвитку цього напрямку, а також у впровадженні нової програми «Create UK – стратегія розвитку сектору до 2020 року». Тому для нині зростаючих економік

важливо враховувати іноземний досвід задля розширення власної діяльності.

Найбільш динамічне зростання за двома рейтингами простежується в Китаї та Південній Кореї. За загальним виробництвом креативної продукції, яка включає в себе: нематеріальні активи, онлайн-творчість і креативні товари та послуги, Китай за період з 2013 р. до 2017 р. піднявся на 70 поділок, а за конкретним об'ємом виробництва продуктів творчої сфери – на 40. Це пов'язано із щорічним збільшенням

Таблиця 1

Рейтинг по ЗВКР і ВКТП у розвинених економіках і країнах, що розвиваються, за період 2013–2017 рр.

Країни	Рік									
	2013		2014		2015		2016		2017	
	ЗВКР	ВКТП	ЗВКР	ВКТП	ЗВКР	ВКТП	ЗВКР	ВКТП	ЗВКР	ВКТП
Велика Британія	9	10	6	5	5	4	3	7	4	6
США	19	12	19	30	22	18	13	6	10	5
Південна Корея	54	44	35	43	28	49	21	50	15	35
Австралія	17	15	11	12	7	7	18	37	24	38
Китай	96	69	59	33	54	35	30	38	26	29
Сінгапур	40	24	32	31	32	30	33	25	32	16
Японія	63	20	45	24	42	24	36	20	36	21
Індія	65	53	82	58	94	77	94	72	85	67

Джерело: складено автором на основі [10].

фінансування Китаю у креативну сферу, особливо починаючи з 2015 року у зв'язку з «п'ятирічним планом розвитку» КНР до 2020 року, в якому креативна індустрія виділяється одним із ключових інструментів зростання країни за економічним потенціалом [11]. За цим ранжируванням Південна Корея покращила свої позиції на 39 і 9 поділок відповідно, це має своє відображення в ідеї розширення креативної економіки на сучасному етапі, створюючи нові напрямки галузей і продуктів (товарів / послуг), які зможуть забезпечити не тільки нарощування експорту, а й створити якісні робочі місця. Уряд Південної Кореї постійно працює над створенням умов задля того, щоб кожна людина, яка володіє ідеєю або унікальною технологією, мала можливість створити нове підприємство.

За останні роки вже створено 17 інноваційних центрів, призначення яких – стати креативними і тісно співпрацювати з вишами для покращення економічного стану держави у цілому. Конкретні кроки зі створення креативної економіки в Південній Кореї були остаточно сформульовані в «Трирічному плані інноваційного розвитку» у 2015 р., і цей план передбачав три центральні завдання:

1. Створення міцної економічної структури (реформа державної сфери; поліпшення системи підтримки як середнього, так і малого бізнесу; реформа пенсійної системи; реформа системи соціального забезпечення);
2. Формування динамічної інноваційної економіки (підтримка нових галузей; розвиток людського капіталу; активізація використання угод по торгівлі; створення інноваційних центрів);
3. Створення балансу внутрішнього попиту та орієнтації на експорт (стабілізація ринку нерухомості та оренди; розвиток галузей сфери послуг; розширення бази внутрішнього попиту). Всеохоплюючий характер плану мав за мету використати усі можливі напрямки і інструменти для врегулювання всіх сфер господарства та вивести Південну Корею на новий рівень у планетарному масштабі [12, с. 149–150]..

Креативна економіка також знайшла своє відображення і у зовнішній діяльності, це, в першу чергу, стосується експорту креативних товарів і послуг. Активне зростання участі АТР у креативній економіці спостерігається завдяки значної частки творчої продукції від загального об'єму експорту. Основними статтями креативного експорту товарів виступають: художні вироби; аудіовізуальні товари; дизайн; нові засоби масової інформації; виконавче мистецтво; видавництво [10].

Виокремлення такої сфери, як креативна економіка, та її окремих компонентів формують новий економічний простір, який зорієнтований і на подоланні попиту споживачів, і на їх соціокультурний розвиток. Тож доречним буде вказати переваги творчої індустрії як можливої сфери для формування і становлення нового азійського центру економічного впливу: формування унікальних конкурентних товарів і послуг; підвищення привабливості країн для проживання; висока частка інноваційної продукції; розвиток малих підприємств поруч зі зростанням індивідуальної

Таблиця 2

Експорт креативних товарів у розвинених економіках і країнах, що розвиваються, за 2013–2017 рр., % від загального експорту

Країни	Рік				
	2013	2014	2015	2016	2017
Китай	15,5	14,9	14	14,7	12,8
Сінгапур	7	5,4	5	4,8	5,2
Велика Британія	5,3	2,9	2,8	2,9	3,6
Південна Корея	3,2	2,5	2,6	2,7	3,1
Індія	6	4,3	2,5	2,9	2,6
Японія	3,3	2,7	2,4	2,1	2,2
США	3,2	1,7	1,7	1,7	1,7
Австралія	0,8	0,6	0,6	0,7	0,8

Джерело: складено автором на основі [10].

зайнятості; акумулювання творчого потенціалу задля забезпечення капіталізації ресурсів; покращення іміджу як окремих суб'єктів, так і держави загалом; висока мобільність та адаптивність креативних індустрій [13, с. 74–75]. Всі вищезазначені переваги стають визначним чинником у розвитку цієї галузі для кожної окремої держави. У цілому розвиток креативної економіки вже має незначний соціокультурний ефект, який забезпечує комфортність і соціальне зростання креативного суспільства у країнах у всьому світі. Найвища частка креативного класу представлена у таких країнах: Сінгапурі – 52 %; Кореї – 47 %; Австралії – 45 %; Канаді – 43 %; США – 38 %; Індії – 30 %; Малайзії – 27 %;Філіппінах – 22 %. Кожен регіон має власний імпульс для розвитку вищевказаної сфери, яка виділяє специфіку кожної окремої держави [8]. Що стосується АТР, то аналіз провідних держав, які включені до його складу, показав, що задля якісного економічного розвитку необхідно значною мірою зорієнтуватися на креативну економіку, враховуючи соціокультурний аспект, а саме:

1. Виокремити внутрішні стратегічні цілі (створення стійкого економічного зростання країни; підвищення конкурентоспроможності; стимулювання розвитку культурного контенту (музики, фільмів тощо); пошук нових альтернативних джерел зростання економіки; забезпечення робочими місцями);
2. Виокремити нові напрямки (пошук ефективних форм співробітництва (ТНК, університети тощо); активізація створення нових фірм (з використанням людського капіталу, наукоємних технологій та творчості); виділення креативності як драйвера економічного зростання);
3. Виокремити необхідні пріоритети (підвищення державної підтримки у створенні благонадійного середовища для введення бізнесу; забезпечення захисту прав креативної діяльності; забезпечення фінансової підтримки венчурного бізнесу);
4. Виокремити зовнішньоекономічні стратегії (взаємовигідне співробітництво у сфері креативної економіки; укладання більш вигідних угод [14, с. 22–23].

ВИСНОВКИ

Таким чином, можна дійти висновку, що креативна економіка – це новий ступінь якісного розвитку в умовах трансформації світового господарства, а саме значний інноваційний перехід до підвищення соціального статусу суспільства. Подальші наукові пошуки бажано спрямувати на систематизацію вимірів креативності, які склалися в країнах АТР і надали їм необхідний базис для стрімкого і якісного економічного розвитку, що допоможе впровадити необхідні зміни в економічній політиці України, зорієнтувати її на творчість та інноваційність. Своєчасна креативізація шляхом формування сприятливого економічного середовища для синтезу інтелектуальних і соціокультурних ресурсів дасть змогу населенню України генерувати нові ідеї, комерціалізувати власні творчі здібності у вигляді інноваційної продукції, що забезпечить сталий розвиток національної економіки. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Ільницька У. Інтеграційні процеси в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні: особливості, проблеми та тенденції // Міжнародні інтеграційні процеси: історичний досвід, сучасні виклики та перспективи : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Львів : Сорока, 2015. С. 117–122.
2. Невская А. А. Страны Азии – новый центр развития креативных индустрий? *Азиатско-Тихоокеанский регион: новый центр мировой политики и экономики?* 2017. Вып. 17. С. 51–58. URL: https://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2017/2017_008.pdf

3. Халіна О. В. Нерівномірність економічного розвитку країн світу як глобальна проблема сучасності. *Бізнес Інформ.* 2018. № 5. С. 15–20.
4. Кізима Т. О. Розвиток креативних індустрій: світовий досвід і вітчизняні реалії // Репозитарій Тернопільського Національного Економічного Університету**.** 2017. С. 50–53. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/27913/1/50.PDF
5. Степанов А. А., Савина М. В. Креативная экономика: сущность и проблемы развития. *Управление экономическими системами*. 2013. Вып. 12 (60). С. 104–114. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-suschnost-i-problemy-razvitiya
6. Невская А. А. Экспорт продукции креативных индустрий: опыт ЕС, США и Китая. *Международная жизнь*. 2017. № 3. С. 96–106. URL: http://www.elibrary.az/docs/jurnal/jrn2017_201.pdf
7. Киризюк С. В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки розвитку. *Економічні науки.* 2014. Вип. 6 (1). С. 68–72. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/17.pdf
8. Бюллетень о сфере образования 2017: Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик. № 13. 24 с. URL: http://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf
9. Глобальный рейтинг креативности 2015. URL: https://www.culturepartnership.eu/article/global-creativity-index-2015
10. The World Bank Group. URL: https://www.worldbank.org
11. Креативные индустрии: экспортный потенциал и внешнеполитический имидж страны. URL: https://finance.rambler.ru/economics/37004947-kreativnye-industrii-eksportnyy-potentsial-i-vneshnepoliticheskiy-imidzh-strany/
12. Кукла М. П. Политика по созданию креативной экономики в Южной Корее. *Экономика и управление.* 2016. № 4 (15). С. 148–151. URL: https://cyberleninka.ru/article/v/politika-po-sozdaniyu-kreativnoy-ekonomiki-v-yuzhnoy-koree
13. Мокій А. І., Дацко О. І. Розвиток підприємств креативного сектора економіки у транскордонному просторі. *Часопис економічних реформ.* 2016. № 4. С. 71–78. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2016_4_14
14. Данильченко А. В. Креативная экономика как высшая форма развития постиндустриального общества. *Экономическая теория.* 2017. № 6. С. 16–25. URL: https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/39830/Kreativnaya_ehkonomika_kak_vysshaya_forma_razvitiya_postindustrialnogo_obshchestva.pdf?sequence=1&isAllowed=y

REFERENCES

"Biulleten o sfere obrazovaniya 2017: Obrazovaniye i kreativnaya industriya v zerkale mezhdunarodnykh i otechestvennykh praktik" [Education Bulletin 2017: Education and the Creative Industry in the Mirror of International and Domestic Practices]. http://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf

Danilchenko, A. V. "Kreativnaya ekonomika kak vysshaya forma razvitiya postindustrialnogo obshchestva" [Creative Economy as the Highest Form of Development of Post-industrial Society]. Ekonomicheskaya teoriya. 2017. https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/39830/Kreativnaya_ehkonomika_kak_vysshaya_forma_razvitiya_postindustrialnogo_obshchestva.pdf?sequence=1&isAllowed=y

"Globalnyy reyting kreativnosti 2015" [Global Creativity Rating 2015]. https://www.culturepartnership.eu/article/global-creativity-index-2015

Ilnytska, U. "Intehratsiini protsesy v Aziatsko-Tykhookeanskomu rehioni: osoblyvosti, problemy ta tendentsii" [Integration Processes in the Asia-Pacific Region: Features, Problems and Trends]. *Mizhnarodni intehratsiini protsesy: istorychnyi dosvid, suchasni vyklyky ta perspektyvy*. Lviv: Soroka, 2015. 117-122.

"Kreativnyye industrii: eksportnyy potentsial i vneshnepoliticheskiy imidzh strany" [Creative Industries: Export Potential and Foreign Policy Image of the Country]. https://finance.rambler.ru/economics/37004947-kreativnye-industrii-eksportnyy-potentsial-i-vneshnepoliticheskiy-imidzh-strany/

Khalina, O. V. "Nerivnomirnist ekonomichnoho rozvytku krain svitu yak hlobalna problema suchasnosti" [The Uneven Economic Development of World Countries as a Global Problem of the Present]. *Biznes Inform*, no. 5 (2018): 15-20.

Kizyma, T. O. "Rozvytok kreatyvnykh industrii: svitovyi dosvid i vitchyzniani realii" [Development of Creative Industries: World Experience and Domestic Realities]. Repozytarii Ternopilskoho Natsionalnoho Ekonomichnoho Universytetu. 2017. http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/27913/1/50.PDF

Kukla, M. P. "Politika po sozdaniyu kreativnoy ekonomiki v Yuzhnoy Koree" [Creative Economy Policy in South Korea]. Ekonomika i upravleniye. 2016. https://cyberleninka.ru/article/v/politika-po-sozdaniyu-kreativnoy-ekonomiki-v-yuzhnoy-koree

Kyryziuk, S. V. "Mizhnarodni ta vitchyzniani tendentsii rozvytku kreatyvnoi ekonomiky rozvytku" [International and Domestic Trends in the Development of Creative Development Economy]. Ekonomichni nauky. 2014. http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/17.pdf

Mokii, A. I., and Datsko, O. I. "Rozvytok pidpryiemstv kreatyvnoho sektora ekonomiky u transkordonnomu prostori" [Development of Enterprises of the Creative Sector of the Economy in the Cross-border Space]. Chasopys ekonomichnykh reform. 2016. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2016_4_14

Nevskaya, A. A. "Eksport produktsii kreativnykh industriy: opyt ES, SShA i Kitaya" [Creative Industries Exports: EU, US, and China Experience]. Mezhdunarodnaya zhizn. 2017. http://www.elibrary.az/docs/jurnal/jrn2017_201.pdf

Nevskaya, A. A. "Strany Azii - novyy tsentr razvitiya kreativnykh industriy?" [Asian Countries - a New Center for the Development of Creative Industries?]. Aziatsko-Tikhookeanskiy region: novyy tsentr mirovoy politiki i ekonomiki? 2017. https://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2017/2017_008.pdf

Stepanov, A. A., and Savina, M. V. "Kreativnaya ekonomika: sushchnost i problemy razvitiya" [Creative Economy: Essence and Problems of Development]. Upravleniye ekonomicheskimi sistemami. 2013. https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-suschnost-i-problemy-razvitiya

The World Bank Group. https://www.worldbank.org