Економічні науки

УДК 339.9:330.34:608

Поснова Тетяна Вікторівна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії
Університет державної фіскальної служби України
Поснова Татьяна Викторовна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической теории
Университет государственной фискальной службы Украины
Posnova Tatiana
PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Economic Theory
University of the State Fiscal Service of Ukraine

Химорода Ольга Павлівна
студентка
Університету державної фіскальної служби України
Химорода Ольга Павловна
студентка
Университета государственной фискальной службы Украины
Hymoroda Olga
Student of the
University of the State Fiscal Service of Ukraine

Тершак Надія Андріївна
студентка
Університету державної фіскальної служби України
Тершак Надежда Андреевна
студентка

Университета государственной фискальной службы Украины
Tershak Nadiya
Student of the
University of the State Fiscal Service of Ukraine

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ
КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ И ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ
CREATIVE ECONOMY: NATURE, FEATURES AND PRECONDITIONS OF FORMATION

Анотація. *У статті мова йде про те, що з початком XXI ст. сформувалася нова модель глобалізації, в основі якої лежить розвиток людського капіталу, що формується на основі процесів інтернаціоналізації, інтелектуалізації та креативізації науково-технологічної, соціально-економічної, культурної сфер діяльності суспільства. До основних чинників зростання креативної економіки відносяться: інвестиції, інновації, людський потенціал, внутрішній попит. Численні дослідження показують, що країни з високим рівнем людського потенціалу мають стабільне економічне зростання. У статті викладені основні підходи до визначення креативної економіки, її функції та особливості. У статті наголошено на необхідності створення великих комерційних структур щоб забезпечити максимально ефективний взаємообмін знаннями, оригінальними ідеями, які можна було б розширити і перетворити в предмет комерції. Також вказано, що передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в креативному секторі, а також відкритий новим ідеям простір, що*

відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвиненою інституціональною базою.

Ключові слова: *креативна економіка, креативні індустрії, людський капітал, творчість, знання.*

Аннотация. *В статье речь идет о том, что с началом XXI века. сформировалась новая модель глобализации, в основе которой лежит развитие человеческого капитала, который формируется на основе процессов интернационализации, интеллектуализации и креативизации научно-технологической, социально-экономической, культурной сфер деятельности общества. К основным факторам роста креативной экономики относятся инвестиции, инновации, человеческий потенциал, внутренний спрос. Многочисленные исследования показывают, что страны с высоким уровнем человеческого потенциала имеют стабильный экономический рост. В статье изложены основные подходы к определению креативной экономики, ее функции и особенности. В статье отмечена необходимость создания крупных коммерческих структур для обеспечения максимально эффективного взаимообмена знаниями, оригинальными идеями, которые можно было бы расширить и превратить в предмет коммерции. Также указано, что предпосылками роста удельного веса креативной экономики в ВВП является образование и высокий уровень доходов потребителей, знания и профессиональная подготовка занятых в креативном секторе, а также открытое новым идеям пространство, которое отличается высоким экономическим и технологическим уровнем с развитой институциональной базой.*

Ключевые слова: *креативная экономика, креативные индустрии, человеческий капитал, творчество, знания.*

Summary. *In the article it is said that with the beginning of the XXI century a new model of globalization has been formed, which is based on the*

development of human capital, which is formed on the basis of internationalization, processes of intellectualization and creativeness of scientific-technological, socio-economic, cultural spheres of society's activity. The main factors of growth of the creative economy are: investment, innovation, human potential, domestic demand. Numerous studies show that countries with high human potential gain sustainable economic growth. The article outlines the main approaches to the definition of a creative economy, its functions and features. In this article it is emphasized on the necessity to create large commercial structures in order to provide the most efficient knowledge exchange, original ideas that could be transformed, expanded and transformed into a commercial object. It is also indicated that the preconditions for growth of the relative weight of the creative economy in GDP are education and a high level of consumer income, knowledge and professional training of the employed in the creative sector, as well as new working area open to new ideas, which are characterized by a high economic and technological level with a developed institutional base.

Key words: *creative economy, creative industries, human capital, creativity, knowledge.*

Постановка проблеми. Креативна економіка з початком XXI століття стала могутньою перетворюючою силою у сучасному світі. Її потенціал для розвитку величезний, вона є одним із секторів світової економіки, що зростає прискореними темпами. Цей сектор є перспективним не лише з точки зору отримання доходів, але й створення робочих місць та експортних надходжень. Також велика частина світових інтелектуальних та творчих ресурсів зараз інвестуються у культуру на основі галузей, нематеріальні ресурси яких в є такими ж реальними та значними як і інші галузі промисловості. Людська творчість та інновації як

на індивідуальному, так і на суспільному рівнях є ключовими чинниками цих галузей, і стали справжнім багатством у XXI столітті.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сутності креативної економіки, її особливостей та умов формування. Основними завданнями є: зрозуміти сутність креативної економіки та її становлення; дослідити вплив креативної економіки на економічно відсталі регіони та оцінити наслідки цього впливу; визначити рішення проблем щодо формування креативної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Виникнення поняття «креативна економіка» пов'язане з іменами таких зарубіжних науковців та експертів як Р. Флоріда [8], Ч. Лендрі [4], Дж. Хоукінс [9] та ін., які заклали основи теорії креативної економіки. Значний внесок у поширення та розвиток культурних і креативних індустрій на міжнародній арені здійснює ЮНЕСКО та UNCTAD (Конференція ООН з торгівлі та розвитку).

Серед українських науковців проблематикою креативної економіки займаються такі вчені як І. Вахович [1], О.Дорошенко [4], О. Чуль [1], О. Ястремська [10]. Проте для прискорення розвитку креативної економіки в Україні потрібно враховувати глобальні тенденції та відповідність їм національних особливостей.

Викладення основного матеріалу дослідження. На початку 21 ст. сформувалася нова модель глобалізації в основі якої лежить розвиток людського капіталу, що формується на основі процесів інтернаціоналізації інтелектуалізації та креативізації науково-технологічної, соціально-економічної, культурної сфер діяльності суспільства.

Корінні зміни, що відбулися у розвитку цивілізації в кінці минулого століття, глобалізація та нова економіка (економіка знань), створили передумови для виникнення та розвитку так званої «креативної економіки» [6].

Термін «креативність» в широкому значенні означає творчість. До останнього часу і у вітчизняній, і у зарубіжній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом з тим, в останній час ряд авторів схильні розділяти ці два поняття [6].

Креативна економіка виконує такі важливі функції:

1) підвищення добробуту суспільства;
2) стимулює самоповагу в окремих людей;
3) сприяє поліпшенню якості життя в цілому.

Отже, до основних чинників зростання креативної економіки можна віднести: інвестиції, інновації, людський потенціал, внутрішній попит. Численні дослідження показують, що країни з високим рівнем людського потенціалу мають стабільне економічне зростання.

Креативна економіка, крім економічних вигод, створює нематеріальні цінності, які роблять важливий внесок до забезпечення стійкого розвитку, орієнтованого на людину. На зміну таким важливим ресурсам, як земля, робоча сила та капітал приходить інтелектуальна власність. І головним інструментом тут виступає людський мозок, як найбільш коштовний економічний ресурс. А креативність, як одна з його головних властивостей, допомагає досягти найкращих результатів.

Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його вмінню творчо підходити до генерації ідей та вирішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється у здатності індивідуума правильно та вчасно реагувати на різні нововведення та новації. Таким чином, основою креативної економіки виступає людський потенціал.

Аналізуючи доробки науковців, людський потенціал можна розглядати як загальний обсяг людських ресурсів, що характеризується набутими знаннями людини, її здібностями, станом здоров'я та доступом до інформаційних ресурсів. Також людський потенціал – це сукупна

здатність певної людської спільноти, а саме народу, територіальної громади, трудового колективу підприємства тощо й окремої людини до економічної і соціальної діяльності та розвитку [7], тобто охоплює не тільки професійно-кваліфікаційні характеристики, а й рівень освіченості, креативності, мобільності, можливість адаптуватися до соціально-економічних змін у суспільстві та інші кількісно-якісні характеристики їх носіїв. Тому й відповідний для країни індекс людського розвитку дозволяє визначати рейтинг та конкурентоспроможність країни.

Розвиток креативної економіки пов'язаний з певними умовами. Вимоги, які необхідно дотримуватися для розвитку креативного сектора, можна класифікувати за трьома основними сферами. Йдеться про споживачів, трудові ресурси і простір (мікроклімат). Передумовою зростання вкладу креативного сектора економіки в виробництво ВВП є рівень інтелекту і фінансової забезпеченості споживачів, здатності і рівні професійної підготовки робочої сили, а також високорозвинений економічний і технологічний простір, відкритий для нових оригінальних рішень, що володіє розвиненою інституціональної базою. Простір, в якому відбувається динамічний розвиток креативного сектора, відрізняється високим рівнем економічного розвитку, коли у більшої частини населення не виникає проблем в задоволенні своїх потреб, а надлишок фінансових коштів витрачається на придбання продуктів креативного сектора (відвідування концертів, кіно, театру, придбання предметів мистецтва, інтер'єру і т.д.) [4].

Взагалі, виділяють вісім основних факторів успіху, які грають важливу роль в розвитку креативної економіки. Крім того, опис найбільш значущих чинників, які вплинули на розвиток креативної економіки, таких, як, наприклад, університети, в розвитку сприятливого креативного клімату або освіту географічних центрів творчої активності, можна знайти і в роботах Р. Флориди [8, с. 114].

Спираючись на результати вищеназваних досліджень, можна більш повно і точно визначити наступні фактори, що впливають на розвиток креативної економіки, а саме: попит, рівень доходів споживачів, рівень освіти і компетентності, здатність створювати інфраструктури, що необхідні для повноцінної реалізації знань, наявність відповідних навичок, рівень розвитку громадського сектора, відношення громадських і державних інституцій, інтелектуальний капітал, наявність великих комерційних структур, вищих навчальних закладів [4].

Наявність високого споживчого попиту є найважливішим фактором розвитку креативного сектора. Характер попиту визначається рівнем освіти, розвитком творчого потенціалу, здібностями і сприйняттям людини. Необхідно, щоб в суспільстві цінувалися високо насамперед естетика і культурна освіта [9].

Істотним фактором є платоспроможність споживачів, обумовлена їх фінансовими можливостями. Продукція креативної економіки не є предметом першої необхідності. Щоб попит на її продукцію був досить високим, необхідна наявність широких верств багатих людей [9].

Фактор освіти і компетентності залежить як від здібностей зайнятих в креативному секторі людей, так і від споживачів. Тут важлива культурна, естетична і технологічна підготовка населення. Технології в креативній економіці - це всього лише інструмент, а не основний продукт. Володіння новітніми технологіями необхідно не тільки для творців креативної продукції, але і для споживачів. Споживач теж повинен вміти користуватися складними технічними пристроями [6].

До істотних факторів належить і здатність створювати інфраструктури, необхідні для повноцінної реалізації знань і умінь. У зв'язку з розвитком креативної економіки можна припустити, що ринок праці буде зміщуватися в бік індивідуалізації, коли через електронні мережі творчі особистості будуть обмінюватися накопиченими знаннями

та досвідом і об'єднуватися в групи з метою досягнення визначених цілей та поставленої задачі. Найчастіше використовувані досі централізовані структури будуть трансформовані в мережу, створену навколо невеликого ядра [8, с. 101].

Громадський сектор також відіграє важливу роль у створенні сприятливого середовища для розвитку креативної економіки. Увага з боку громадських інституцій до формування креативного середовища веде не тільки до розвитку талантів, а й допомагає розвивати культурне сприйняття майбутніх споживачів. Йдеться про підтримку аматорських товариств, створення музеїв, бібліотек або фінансуванні суспільних замовлень. Подібні громадські замовлення, наприклад організація міського освітлення, озеленення, створення місць загального користування або великі архітектурні замовлення, створюють не тільки нові робочі місця в області креативної економіки,але і впливають на естетичне сприйняття і розвивають естетичні потреби населення. Відбувається зростання естетичних запитів і очікувань окремих громадян, а також відвідувачів подібних громадських місць.

Здатність створювати великі комерційні структури необхідна для того, щоб забезпечити максимально ефективний взаємообмін знаннями, оригінальними ідеями, які можна було б перетворити, розширити і перетворити, розширити і перетворити в предмет комерції. Суттєвим аспектом у справі створення комерційних структур є взаємообмін знаннями і вміннями. Більшу частину креативного сектора становлять малі та середні фірми з високим потенціалом росту, для яких взаємне співробітництво і взаємний обмін є найважливішим фактором успіху. Саме існування в даній сфері великих комерційних структур сприяє проведенню нових експериментів і впровадженню інновацій, а також найбільш ефективному використанню оригінальних ідей, продукованих невеликими креативними фірмами. Університети і їх якісна робота, як в області

підготовки фахівців, так і науково-дослідницької діяльності, є основою інфраструктури креативної економіки і важливим джерелом конкурентних переваг. Університети є рушійною силою освіти і розвитку талантів, що тісно пов'язано з розвитком інтелектуального капіталу, інноваціями та новими технологіями [3, с. 82].

Результатами розвитку креативної та культурної економіки будуть постійне зростання концентрації креативних галузей і творчих людей у великих міських агломератах (географічних «креативних центрах»), географічна сегрегація, поглиблення нерівності доходів і відмінностей між розвиненими країнами та рештою світу.

Економісти і географи постійно звертали увагу на існування і зосередження капіталу в певних промислових центрах. В даний час у зв'язку з розвитком креативної економіки відбувається міграція населення з традиційних центрів промисловості в нові регіони з високою концентрацією творчих працівників, інновацій та високорозвиненими галузями високих технологій.

Креативний сектор на відміну від традиційних галузей промисловості має тенденцію зосереджуватися в великих світових агломераціях. Умовами виникнення подібних «центрів творчості» вже не є ані такі економічні чинники, що існували раніше, як, наприклад, доступність природних ресурсів, транспортних комунікацій або дешевої робочої сили, ані податкові знижки або інші вигоди, які надає фірмам місцевий уряд. Виникнення «центрів творчої активності» обумовлено такими факторами, як концентрація креативних професіоналів, які шукають креативне співтовариство, відкрите для нових ідей, освічений і багатий споживач, а також місця з розвиненою інституціональною інфраструктурою. Тенденція креативного класу залишати традиційні промислові райони і шукати для себе нові місця життя з більш високою концентрацією талановитих і креативних людей, інновацій та сферою

високих технологій, що розвивається, в перспективі буде ставати більш помітною [11, с. 324].

Наслідком концентрації креативних особистостей і креативних індустрій в багатовимірних і неоднорідних містах буде постійне поглиблення географічної сегрегації, яка може, врешті-решт, привести до знелюднення периферійних регіонів.

Поступово стануть більш помітними відмінності між високооплачуваною складною розумовою працею в креативному секторі і низькооплачуваною працею з мінімальним рівнем складності, перш за все в сфері послуг. Нерівність доходів, що характеризується коефіцієнтом Джині, в розвинених країнах постійно поглиблюється.

Наприклад:

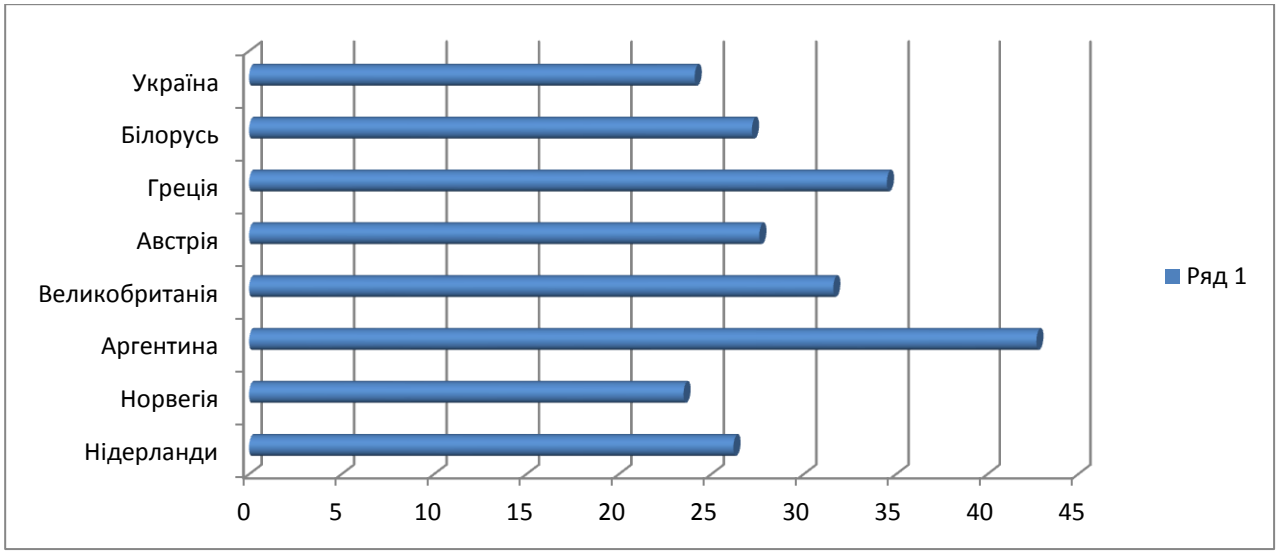


Рис. 1. Значення коефіцієнту Джині для різних країн у 2014 році, %

Джерело: [2].

Можна припустити, що ця негативна тенденція буде рости і надалі. Зростаюча відмінність в розмірах доходів населення, обумовлена творчими здібностями людини, може набути в майбутньому і географічний відтінок. Оскільки можна припустити, що креативні професіонали будуть прагнути до концентрації в великих і економічно розвинених містах, де зазвичай зосереджені інтереси представників високоприбуткових галузей

креативної економіки, то подібна ситуація призведе до додаткових відмінностей між розвиненими і країнами, що розвиваються. Разом з ростом креативної економіки будуть все більше проявлятися відмінності між економічно - розвиненими країнами та іншими країнами світу.

Внесок креативних індустрій в глобальну економіку оцінюється у 7% ВВП при майже 9-відсотковому щорічному прирості [12].

В країнах ЄС частка креативного сектора в економіці у 2015- 2016 рр. виросла на 1,3 – з 1,9% до 3,2% При цьому в таких країнах, як Швеція, Фінляндія, Нідерланди, Великобританія роль креативного сектора перевищує середнє значення по ЄС майже в 2 рази. В США креативні індустрії формують понад 3% ВВП. Активний розвиток креативного сектора стає неодмінною особливістю не лише розвинених країн, а й тих, що розвиваються. Зокрема, в Китаї цей сектор протягом останнього десятиліття показує щорічне 25-відсоткове зростання, внаслідок чого внесок креативних індустрій у ВВП країни виріс до 3%. Схожа динаміка розвитку креативного сектора відмічається й серед інших країн, що розвиваються (перш за все Аргентині, Бразилії, Індії, Уругваї та ін.). Це дає підстави для обґрунтованих висновків про можливість розгляду креативного сектора як важливого фактора майбутнього глобального розвитку [13].

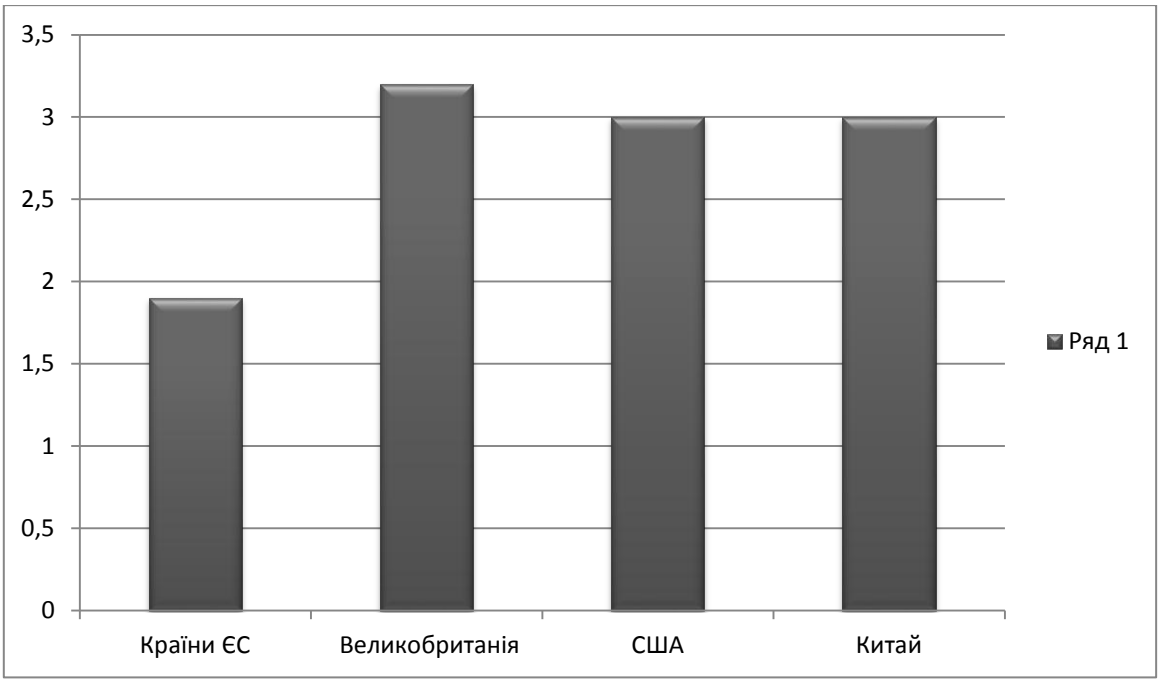


Рис. 2. Частка креативного сектору у відсотках до ВВП у 2015 році

Джерело: [2].

Висновок. Креативна економіка може розвиватися тільки там, де існують певні умови. Креативна економіка поводиться зовсім інакше, ніж виробничий сектор. Крім того, вона пред'являє зовсім інші вимоги і до географічного розташування її «підприємств». Креативна економіка формується не там, де існує дешева робоча сила, а перш за все там, де сконцентровані творчі голови і є багатий споживач.

Передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в креативному секторі, а також відкритий новим ідеям робочий простір, що відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвиненою інституціональною базою [3].

Відсталі регіони стикаються в цьому плані з масою проблем, оскільки їх економіка не відповідає умовам, необхідним для формування креативної галузі: у них відсутня достатня маса багатих споживачів, немає фінансових коштів для підтримки розвитку сфери культури, діяльності

аматорських товариств, надання субсидій. Економіка цих країн знаходиться на низькому технологічному рівні [11, с. 335].

Чи будуть в такому випадку такі країни з вкрай низьким рівнем розвитку ще більше відставати від розвинених країн, які користуються вигодами наявності у них необмежених ресурсів економічного зростання, тобто інтелектуального потенціалу? Незважаючи на це в сучасному, переповненому інформацією і глобалізованому світі і менш розвинені держави можуть користуватися економічними благами креативного сектора.

Сьогодні, в умовах турбулентних економічних процесів, необхідно задуматися над можливістю використовувати новий феномен, яким, безумовно, є творчість, і поєднувати його з технологічної зрілістю і накопиченими людством знаннями. Необхідно вести подальші дослідження в цій галузі, які допомогли б віднайти відповідні інструменти та механізми, що зможуть допомогти Україні скористатися перевагами креативної економіки.

Література

1. Вахович І. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва / І.М. Вахович, О.М. Чуль. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-3_0-pages-182_186.pdf
2. Волошина С.В. Нерівність доходів населення України як перешкода розвитку людського капіталу / С. Волошина, А. Скубіліна, А. Чеботаренко. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/153.pdf
3. Вакуленко К.М. Розвиток креативного сектору світової економіки/ К.М.Вакуленко. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: -

http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C..pdf

4. Дорошенко О. Становлення креативного сектору глобальної економіки/ О. Дорошенко // автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини / О.С.Дорошенко. – К.: КНЕУ, 2014. – С. 9-10.
5. Словник економічної афористики / уклад.: А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. — 444 с.
6. Степанов А.А., Савина М.В. Креативная экономика: сущность и проблемы развития / А.А. Степанов, М.В. Савина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uecs.ru/marketing/item/2667-2013-12-26-08-35-52
7. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010 – 2020 роки в умовах глобалізацій них викликів / Комітет з питань освіти і науки [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/doccatalog/list?currDir=48718
8. Флоріда Р. Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє / Р. Флоріда. // Классика XXI. – 2005. – С. 251.
9. Хокинс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. – М. : «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
10. Ястремська О.М. Мотивація креативності новаторів : монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. – Х.: ХНЕУ, 2013. – 212 с.
11. Shapiro J.M. (2006): Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital // Rev. of Econ. and Statistics. Vol. 88(2). P.435.

12. Creative industries. International Trade Center - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.intracen.org/itc/sectors/ creative-industries/.
13. The value of the creative industries and culture. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldcreative.org/

References

1. Vakhovych I. M. Development of creative economy in conditions of cross-border cooperation / I.M. Vakhovych, O.M. Chul. - [Electronic resource]. - Access mode: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-3_0-pages-182_186.pdf
2. Voloshyna S.V. Inequality of income of Ukrainian population as an obstacle to the development of human capital / S. Voloshyna, A. Skubilina, A. Chebotarenko. - [Electronic resource]. - Access mode: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/153.pdf
3. Vakulenko K.M. Development of the creative sector of the world economy / KM Vakulenko. - [Electronic resource]. - Access mode: - http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C.pdf
4. Doroshenko O. The formation of the creative sector of the global economy / O. Doroshenko // author's abstract. dis for obtaining sciences. Degree Candidate econ Sciences: special 08.00.02 - World Economy and International Economic Relations / O. S. Doroshenko. - K .: KNEU, 2014. - P. 9-10.
5. Dictionary of economic aphorism / layout: A. G. Zagorodniy, G. L. Voznyuk. - Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, 2013. - 444 c.

6. Stepanov AA, Savina M.V. Creative economics: essence and problems of development / A.A. Stepanov, M.V. Savina. - [The electronic resource]. - Access mode: http://uecs.ru/marketing/ item / 2667-2013-12-26-08-35-5
7. Strategy of innovative development of Ukraine for 2010 - 2020 in the context of globalization challenges / Committee on Education and Science. - [Electronic resource] - Access mode: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/doccatalog/list?currDir=48718
8. Florida R. Creative Group: The People Who Change the Future / R. Floreida. // Classics XXI. - 2005. - P. 251.
9. Hawkins J. Creativity / J. Hawkins. - M.: "Classics-XXI", 2011. - 256 p.
10. Yastremskaya O.M. Motivation of creativity of innovators: monograph / O. M. Yastremskaya, O. I. Bardadim. - Kh. KhNEU, 2013. - 212 p.
11. Shapiro J.M. (2006): Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital // Rev. of Econ. and Statistics. Vol. 88(2). P.435.
12. Creative industries Center. International Trade. - [Electronic resource]. - Access mode: http://www.intracen.org/itc/sectors/ creative-industries/.
13. The value of the creative industries and culture. - [Electronic resource]. - Access mode: http://www.worldcreative.org/