

УДК 339.9: 341.+ (061.1ЄС)

**МУЛЬТИПЛІКАТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
ЕФЕКТ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ
У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ****Чала В.С., к.е.н.
Білова І.С.***Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, м.Дніпро*

В статті розглянуто креативні індустрії, як новий феномен у світовій економіці. Приділена увага донайбільш популярної моделі класифікації креативних індустрій згідно ЮНКТАД. Визначено основні фактори та принципові елементи креативної економіки. Проаналізовано програми Європейського альянсу креативних індустрій у розвитку креативного та культурного сектору господарства ЄС. Оцінено значення креативного сектору в економіці Європейського Союзу. Розглянуто особливості функціонування креативних індустрій. Розібраний вплив креативно-культурної діяльності на сучасний стан економіки країн Європи. Виявлені принципи формування креативної економіки в умовах науково-технічного прогресу й постіндустріального суспільства. Встановлено перспективні ринки креативних індустрій в світовій економіці. Проаналізовано вплив креативно-культурної діяльності на сучасний стан економіки країн Європи. Показані основні європейські креативні компанії, що є світовими лідерами у своїй галузі. Здійснено аналіз економічної ефективності європейських країн в креативно-культурній діяльності.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, творчий потенціал, інноваційність, соціально-економічний розвиток, культура, творчість

UDC 339.9: 341.+ (061.1ЄС)

**MULTIPLICATIVE ECONOMIC EFFECT
OF CREATIVE ECONOMY
IN THE EUROPEAN UNION****Chala V., Ph.D. in Economics
Bilova I.***Pridniprovska state academy of civil engineering and architecture*

In this article the creative industries as a new phenomenon in the world economy are considered. Attention to the most popular model of classification of the creative industries according to UNCTAD is paid. Major factors and basic elements of creative economy are defined. Programs of the European alliance of the creative industries in development of the creative and cultural sector of economy of the EU are analyzed. Values of the creative sector in economy of the European Union are estimated. Features of functioning of the creative industries are considered. The influence of creative and cultural activity on the current state of economy of the countries of

Europe is investigated. The principles of formation of creative economy in the conditions of scientific and technical progress and post-industrial society are revealed. The perspective markets of the creative industries in the world economy are established. Influence of creative and cultural activity on the current state of economy in the countries of Europe is analysed. The main European creative companies, being world leaders in the area are shown. The analysis of economic efficiency of the European countries in creative and cultural activity is done.

Keywords: creative economy, creative industries, creative potential, innovation, social and economic development, culture, creativity

Актуальність проблеми. Соціально-економічна нестабільність, що спостерігається останні вісім років, примушує перейти до пошуку нових способів управління економікою, нових парадигмальних основ економічної теорії, що забезпечать не тільки поточну стабілізацію ринків, але і новий рівень їх стійкості, нову якісну економічну систему. Концептуально складовою креативної економіки є надання альтернативи економіці ринків, розкриваючи іншу якість відносин між економічними агентами та нових систем цінностей.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Уже наприкінці минулого століття світ побачив перші припущення щодо економічної ефективності креативу та культури. До провідних дослідників даного питання відносять Ч. Лендрі, Р. Флориду, Д. Хезмондалша, Д. Хартлі також це питання досліджували В. Артеменко, В. Бабаєва, Д. Белл, О. Бойко-Бойчук, І. Вахович, С. Галазова, Н. Гринчук, О. Дорошенко, О. Карлова, М. Метьюс, С. Ткаленко та інші. Неоднозначне трактування креативної економіки потребує подальшого детального розгляду підходів до її визначення, а також виділення її суті.

Метою статті є поглиблене вивчення мультиплікативного потенціалу розвитку креативної економіки на прикладі ЄС.

Викладення основного матеріалу дослідження. Креативність (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) - це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко і ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій [1]. До найбільш відомих форм прояву креативності відносяться: інновації - висунення принципово нових ідей, нововведення; винаходу - створення чого-небудь нового, невідомого; відкриття - щось знову встановлене, знайдене.

Основними факторами, що визначають креативність, є, з одного боку, такі особисті якості як швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність та ін, з іншого боку, життєвий досвід та індивідуальні знання особистості в певній сфері. Останнє здатне одночасно, як приносити користь, так і служити обмежуючим фактором [1]. За допомогою креативності відкриваються абсолютно нові, що здаються на перший погляд абсурдними, і в той же час раціональні зв'язки. Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його здатності творчо підходити до генерування ідей та вирішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється здатність людини правильно і своєчасно реагувати на різні винаходи і новації.

Сучасне поняття «креативна економіка» вперше було відображено в журналі Business Week у 2002 р. в статті «The 21st century corporation: The Creative Economy», де стверджувалося, що головною інтелектуальною власністю стає «вміст голови людини». Конференція ООН з торгівлі і розвитку дає наступне визначення креативної економіки: креативна економіка - це розвивається поняття, основою такої економіки стають креативні активи, за рахунок яких відбуваються економічне зростання і розвиток [1]. Цей напрям активно розвивається протягом останніх двох десятиліть. Поява креативної економіки обумовлено необхідністю проведення міждисциплінарних досліджень для вирішення багатьох актуальних завдань і пошуку відповідей на питання. Ця концепція, що зародилася на стику економіки, філософії, соціології, культурології, викликала багато дискусій і має своїх прихильників і критиків.

На основі теорій засновників цього напрямку можливо описати креативну економіку як систему, що складається з трьох елементів: креативного міста, креативного класу і креативних індустрій (рис. 1).

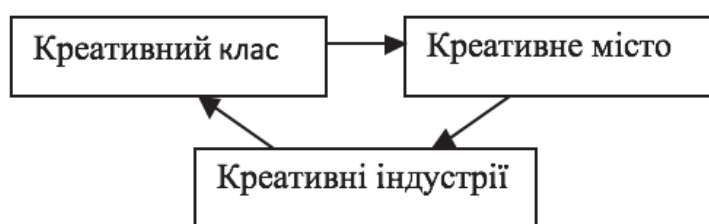


Рис. 1. Принципові елементи креативної економіки
Джерело : розроблено авторами

Креативні рішення в економіці - це результат творчого нестандартного, а, найчастіше, і не копійованих підходів до прийняття управлінських рішень. Креативні рішення в економіці проявляються, перш за все, найвищої результативності вирішення соціально-економічних проблем і високої ефективності соціально-економічної діяльності.

Креативна економіка ґрунтується на методології прийняття нестандартних, оригінальних і нетрадиційних управлінських рішень, як у цілях стратегічного розвитку, так і подолання постійно виникаючих надзвичайних і кризових ситуацій, коли потрібно здійснити пошук і реалізацію принципово нових шляхів виживання, просування вперед, досягнення конкурентоспроможності організації на ринку і, в кінцевому рахунку, забезпечення успіху в конкурентній боротьбі.

Значення креативних індустрій у світовій економіці неухильно зростає. Виникнення креативної сфери стало наслідком інтеграції виробництва (цифрової революції) і соціуму (громадських мереж), в результаті чого з'явився принципово новий канал масового збуту креативної продукції. В результаті економіка набула інноваційний інструмент розширення сфери виходу на масового покупця, що дозволяє констатувати виникнення креативного маркетингу як «креативної бізнес-моделі». У цій ситуації будь-яке технічне нововведення буде супроводжуватися ланцюжком непередбачуваних довгострокових економічних наслідків, відставання в освоєнні яких здатне відкинути національну економіку на рівень «доцифрової» епохи.

Що стосується пропозиції на ринку креативних послуг, то безперервний прогрес технічного забезпечення виробництва даної продукції вже спочатку надає відповідної технології «подвійного» призначення, закладаючи цим основи інноваційного стрибка практично у всіх галузях народного господарства. Така, зафіксована у всіх країнах світу, тенденція показує, що ринок продукції креативної сфери національної економіки, що володіє великим потенціалом для прискореного та сталого руху економіки країн, що розвиваються, виступаючи одним з факторів диверсифікації їх народногосподарської системи [3].

Існують різні підходи до визначення креативної економіки - галузевої, згідно з яким до її складу включаються такі сфери економіки,

як архітектура, телерадіомовлення, мода, дизайн, видавнича справа, освіта, інформатика тощо (Дж. Хокінс), і трудовий, згідно з яким до складу даної економіки включається креативний клас, діяльність якого відрізняється від робочого класу, що виконує роботу за універсального стандарту, проектуванням і створенням нового, або, як зазначив Дж. Хокінс, «креативність - здатність генерувати ідеї з інших ідей» [1]. В даний час існує безліч підходів до поняття «креативні індустрії». Основні визначення цього поняття наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Систематизація підходів до визначення поняття «креативні індустрії»

Джерело	Визначення
Міністерство культури, ЗМІ і спорту Великобританії	Виробництво, засноване на творчому потенціалі кожної окремої людини, його вміннях і талантах; при цьому існує потенціал розвитку виробництва, збільшення прибутку, створення нових робочих місць на підставі використання даного потенціалу та інтелектуальної власності
Міжнародний центр соціально-економічних досліджень «Леонтіївський центр»	Термін, який використовується для позначення такої підприємницької діяльності, при якій економічна цінність продукції нерозривно пов'язана з її існуванням як елемент культури
Асоціація «Американці за мистецтво»	Виробництво товарів і послуг, пов'язане зі створенням і поширенням як аматорського, так і професійного мистецтва
Центр ідей (Гонконг)	Галузі виробництва, які створюють товари і послуги, використовуючи творчий потенціал і інтелектуальну власність в якості основних активів
ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури)	Культурні галузі промисловості, культурні та артистичні послуги як в живому виконанні, так і в запису; характеризуються використанням творчих або артистичних зусиль
О'Коннор, Дж.	Творчі (креативні) індустрії» - це термін, використовуваний для позначення такої підприємницької діяльності, при якій економічна цінність продукції нерозривно пов'язана з її існуванням як елемент культури
Мельникова О.Н.	До творчих (креативних) індустріям відноситься вся діяльність, в основі якої лежить індивідуальне творче начало, навик або талант, і яка несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва і експлуатації інтелектуальної власності.

Складено авторами на основі [4]

Отже, Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) визначає креативні індустрії як такі галузі, що

«поєднують у собі створення, виробництво і комерціалізацію товарів і послуг нематеріального і культурного характеру» [5].

Проаналізувавши підходи до поняття «креативні індустрії», можна зробити наступні висновки. Розглянуте поняття нерозривно пов'язане з поняттями «творчість» і «культура». Деякі дослідники навіть виділяють культурні індустрії в окрему категорію, інші вважають, що терміни «креативні індустрії» та «культурні індустрії» є синонімами. На думку авторів, креативні індустрії як більш широке поняття включають в себе культурні індустрії. Існує загальноприйняте, традиційне розуміння терміну «творчість». Творчість - це:

- діяльність, що породжує щось якісно нове, ніколи раніше не існувало;
- створення чогось нового, цінного не тільки для даної людини, але і для інших;
- процес створення суб'єктивних цінностей.

З цього випливає, що креативні індустрії характеризуються створенням нових культурних цінностей, а також унікальних товарів і послуг. Також особливістю креативних індустрій є використання творчого потенціалу та інтелектуальної власності для виробництва товарів і послуг.

У країнах Європейського Союзу креативні індустрії вже багато років виступають прибутковим сектором економіки та сприяють розвитку міст і країн у цілому.

На культуру та креативність країн ЄС покладають великі надії, оскільки на її теренах функціонує другий за величиною ринок креативної економіки, який поступається лише ринку Азіатсько-Тихоокеанському регіону. Дохід від функціонування креативних індустрій європейських країн перевищує 700 млрд дол. США, що становить 32% від світових доходів креативного сектору.

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. Так, у 2015 році уряди країн ЄС виділили майже 75 млрд дол. США на культурні послуги. 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 [6]. 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. Дії Альянсу спрямовані на підтримку функціонування інноваційних ваучерів, збільшення фінансової підтримки та формування кластерів передового досвіду і співробітництва у креативних і культурних індустріях [7]. На сьогодні ECIA співпрацює з Великобританією, Німеччиною та Францією, реалізуючи проект «Кластер 2020», який передбачає вдосконалення та випробування стратегій організації креативних кластерів. Кінцевою метою проекту є створення ефективною підтримки таким кластерам для покращення інформованості підприємств та збільшення їхньої рентабельності.

Діяльність підгалузей креативних індустрій характеризуються стійкими взаємозв'язками майже на усіх рівнях ланцюга створення доданої вартості. Отже, варто виділити основні види співробітництва на різних рівнях створення та просування креативних продуктів та послуг:

- на рівні створення відбувається активне співробітництво між письменниками, композиторами, образотворчими митцями, дизайнерами, режисерами та сценаристами;
- на рівні виробництва тісно взаємодіють між собою галузі телебачення, фільмів, відео ігор та образотворчого мистецтва тощо;
- на рівні розподілу спостерігається співробітництво між усіма креативними індустріями, адже всі вони використовують платформу, яка охоплює декілька видів засобів масової інформації.

Необхідно звернути увагу й на те, що індустрія реклами має стійкі бізнес- зв'язки на усіх рівнях та з усіма індустріями. Отже, обсяг доходів рекламної індустрії напряду залежить від співробітництва з індустріями радіомовлення, телебачення та газет і журналів.

За останні роки внесок креативних і культурних індустрій в економічний розвиток характеризується значною гетерогенністю: спадом у всіх основних галузях за винятком телемовлення і кіноіндустрії; на противагу, інформаційні галузі означилися піднесенням, здебільшого, за рахунок веб-розробок, програмного забезпечення, програмування.

Європа зайняла лідируючу позицію в 2015 р. за продажами реклами, яка складає половину світового доходу рекламного сектору й, яка у 2015 р. генерувала більше 143 млрд. дол. США. Візуальне мистецтво та телемовлення оформлюють трійку найуспішніших європейських креативних індустрій [8]. Кількість зайнятих та обсяги продажів по обсягам креативних галузей у 2015 р. наведена у табл. 2. та рис. 2. Суттєве значення також відіграє телемовлення – 129,2 млрд. дол. США, газети - 104,1 млрд. дол. США, образотворче мистецтво – 121,5 млрд. дол. США, (табл. 2.).

Таблиця 2 - Культурні й креативні ринки в ЄС-28, 2015 р.

Ринки	Продажі, млрд дол.США	Кількість зайнятих, осіб
Реклама	143,7	1028000
Архітектура	59,0	661000
Книжки	52,5	973000
Ігри	29,8	92000
Кінематограф	24,4	704000
Музика	23,5	1289000
Газети	104,1	604000
Сценічне мистецтво	44,0	1183000
Радіомовлення	14,5	115000
Телемовлення	129,2	746000
Образотворче мистецтво	121,5	803000
Загалом	746,2	8198000

Джерело: [8]

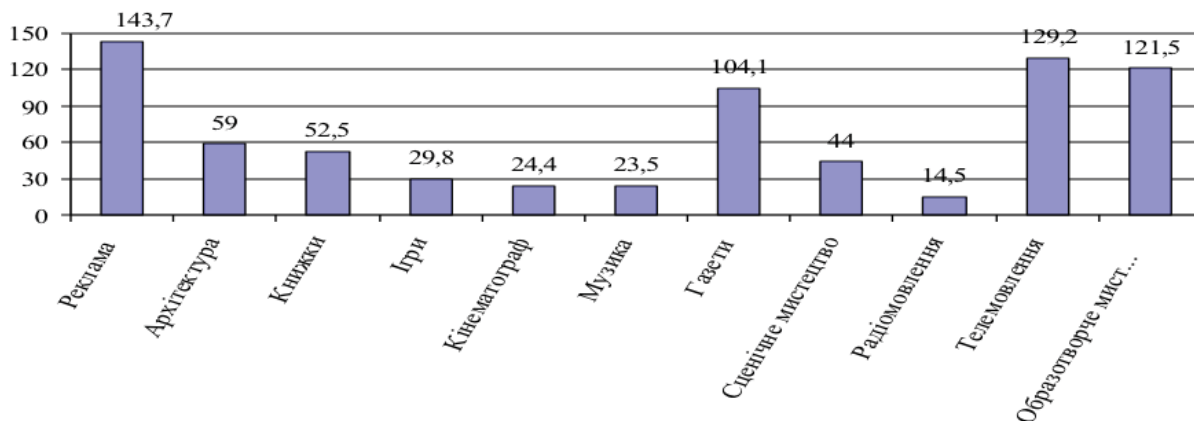


Рис. 2. Доходи креативних індустрій ЄС, 2015 р., млрд. євро

Складено авторами на основі [8]

Найменш розвинутими креативними галузями є радіомовлення з обсягом продажів у 2015 р. – 14,5 млрд. дол. США, музика – 23,5 млрд. дол. США, кінематограф – 24,4 млрд. дол. США, ігри – 24,4 млрд. дол. США.

Розглянемо зайнятість у кожній підгалузі креативних індустрій Європейського Союзу у 2015 р. (рис. 3).

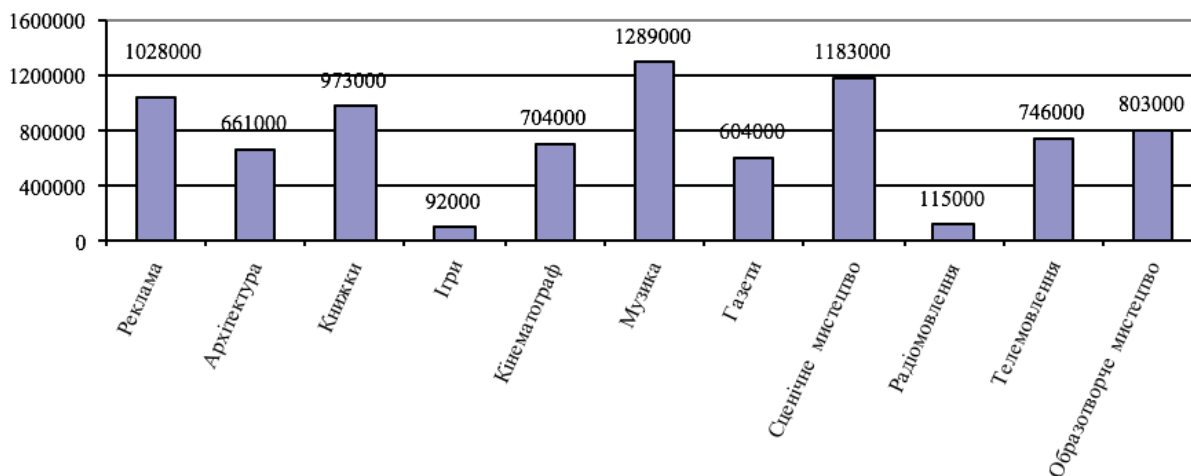


Рис. 3. Зайнятість за креативними індустріями Європейського Союзу, 2015 р., осіб

Складено авторами на основі [9]

Отже, необхідно відмітити, що у 2015 р. більше, ніж 8198 млн осіб прямо чи опосередковано зайняті у сфері культурних та креативних індустрій ЄС, що складає 3,4% від загальної кількості працездатного населення країн Європейського Союзу. Лідерами у створенні робочих місць серед креативних індустрій виступають наступні: сценічне мистецтво, реклама, образотворче мистецтво, книжки та музика, у яких сумарно зайняті більше ніж 5,2 млн. осіб, тобто більше половина усіх зайнятих креативного сектору. Найнижча кількість працівників

спостерігається в індустріях відео-ігор та радіомовлення, що пояснюється особливостями ведення діяльності у даних сферах.

Особлива цінність креативних та культурних індустрій полягає в тому, що вони є потужним інструментом покращення рівня зайнятості серед молоді. У креативному секторі зайнятість працівників у віці 15-29 років вища ніж у будь-якій іншій галузі – біля 20% від загального числа зайнятої молоді [9].

Завдяки світовому класу культурної спадщини і талановитому креативному класу (креативні працівники), Європа вже давно стала осередком компаній-лідерів у сфері креативної економіки. На сьогоднішній день, поряд з відомими міжнародними корпораціями та компаніями середнього розміру існує велика кількість успішних стартапів, які відіграють значну роль на міжнародній арені креативних індустрій.

Європейські компанії, які посідають провідні місця у світовій креативній економіці існують у кожній підгалузі креативних індустрій Європейського Союзу (табл. 3).

Таблиця 3 - Європейські всесвітньовідомі компанії, креативного сектору

Вид галузі креативних індустрій	Компанії світові лідери
Книги	Pearson, Reed Elsevier, Wolters Kluwer, Random House, Hachette Livre,
Газети і журнали	G+J, Alex Springer, Schlibsted, RCS Media group, de Persgroep publishing activities, Bonnier, Egmont, Sanoma media and news agencies Thomson-Reuters and AFP
Музика	Universal, Deezer, Spotify
Виконавське мистецтво	Donauinsselfest Music Festival, Sziget Music Festival, Avignon Festival, Edinburgh International Festival, La Scala, Opera de Paris
Телебачення	Endemol, BSkyB, TF1, RTL Group, BBC, France Televisions
Фільми	Gaumont, Nordisk Film, Pathe, Wild Bunch, Zentropa, Kinopolis
Радіо	BBC, Radio France Internationale
Відео ігри	Ubisoft, Kingn Rovio Entertainment
Образотворче мистецтво	Christie's, Dorotheum, Van Ham
Архітектура	Aedas, Foster and Partners, Sweco
Реклама	WPP Group, Publicis

Джерело: [10]

Аналізуючи економічну ефективність європейських країн в креативно-культурній діяльності, неможливо не врахувати рентабельність функціонування музеїв даного регіону. Так, 7 із 10 найбільш відвідуваних музейних установ розташовані в Європі. До них належать: Лувр (Франція), Британський музей (Велика Британія), Національна галерея (Велика Британія), Музеї Ватикану (Італія), Центр Жоржа Помпіду (Франція), Музей д'Орсе (Франція) [12].

У світовій музичній індустрії компанія Universal займає провідне місце, так само як це робить Endemol у сфері телебачення. Видавницьке об'єднання Hachette Book Group є лідером у сфері книговидавничої діяльності, розробники Ubisoft та Supercell - у відеоіграх, а агентства Publicis і WPP - у рекламі. Загалом, європейська кіноіндустрія займає третє місце у світі за кількістю випущених фільмів, поступаючись лише США та Індії, а експорт даних товарів поступається лише американському.

Таким чином, незважаючи на новітність креативних індустрій, національні економіки, зокрема країни ЄС, займають активну позицію у їх розвитку. Показники результативності функціонування креативних індустрій в Європі чітко відображають їх соціально-економічний вплив: економічна ефективність цих галузей принесла прибуток у розмірі 746 млрд. дол. США у 2015 р.

Станом на 2015 р. у межах креативних і культурних індустрій понад 8,2 млн. осіб забезпечено робочими місцями, що, у свою чергу, охоплює 3,4% активного населення Європи. Найбільша кількість зайнятих креативною діяльністю прослідковується у музичній сфері (1,3 млн. осіб), у сценічному мистецтві (1,2 млн. осіб) та в рекламній індустрії (1,1 млн. осіб).

Особлива цінність креативних та культурних індустрій полягає в тому, що вони є потужним інструментом покращення рівня зайнятості серед молоді. У 2015 р. частка осіб віком 15-29 рр. становила біля 20% загального обсягу зайнятих творчою діяльністю.

Висновки. Узагальнюючим визначенням креативних індустрій, на нашу думку, може їх трактування як нового, динамічного, трансформаційного та транскордонного (перехрестя третинного і четвертинного) сектору сучасної економіки, що ґрунтується на реалізації креативного капіталу (синергійне поєднання людського,

культурного, соціального та інституційного капіталу) на мікро- та макро- та глобальному рівнях.

Незважаючи на новітність креативних індустрій, національні економіки, зокрема країни ЄС, займають активну позицію у їх розвитку. Показники результативності функціонування креативних індустрій в Європі чітко відображають їх соціально-економічний вплив: економічна ефективність цих галузей приносить дохід у розмірі 746 млрд. дол. США та забезпечує робочими місцями 7,7 млн. осіб.

Креативний сектор розглянутих країн має стійкий потенціал для створення доданої вартості і з кожним роком він стає все більшим. Креативні індустрії створюють велику кількість робочих місць, та займають лідируючі позиції з працевлаштування молоді, що є надзвичайно важливим фактором розвитку економіки. Особливістю функціонування креативних індустрій є їх глибока взаємозалежність на всіх рівнях створення та просування креативних товарів та послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Конференція ООН по торгівлі і розвитку (UNCTAD). URL: <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>.
2. Каменских М. А. Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценка уровня развития креативной экономики США и России // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 20. С. 16-20.
3. Галазова С.С. // TERRA ECONOMICUS. - 2016. Т. 14. - № 4. - С. 31-41.
4. Creative Europe [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: http://e.europa.eu/programmes/creative-europe/opportunities/index_en.htm
5. cluster 2020 [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://www.eciaplatform.eu/project/cluster2020/>
6. Ткаленко С. І. Кластеризація креативних індустрій Європейського Союзу [Електронний ресурс] / С. І. Ткаленко, Ю. О. Жулід-Христосенко // Проблеми і перспективи економіки та управління. - 2015. - № 4. - С. 86-92. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prpeu_2015_4_13
7. Жулід-Христосенко Ю. О. Розвиток креативних індустрій у європейському союзі [Електронний ресурс] / Ю. О. Жулід-Христосенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2016. - № 2(1). - С. 11-15. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_2\(1\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_2(1)_4)

8. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries [Електронний ресурс] // Ernst & Young Global Limited. - 2015. - Режим доступу до ресурсу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)
9. Eurostat. Cultural Employment - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/culture>
10. Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU, 2014. - 100 p. - (Ernst & Young Global Limited).
11. Regional Highlights [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/CulturalTimes_Regions.pdf
12. Скавронська І. В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу [Електронний ресурс] / І. В. Скавронська, А. О. Гончарук // Молодий вчений. - 2016. - № 4. - С. 201-204. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_50