

УДК 339.9

JEL Classification: D41, O10

DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.29.2024.308807>**Заваденко О. М.**магістр економічних наук,
фізична особа-підприємець
ORCID ID: 0009-0008-5544-6495**Руденко Н. В.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування
ORCID ID: 0000-0003-0939-8206

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Zavadenko Oleksii

Private Entrepreneur

Rudenko Natalia

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЯХ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

PROSPECTS OF UKRAINIAN BUSINESS IN THE CREATIVE INDUSTRIES ENTERING THE EUROPEAN MARKET

У цій статті наведені та узагальнені основні перспективи виходу українського бізнесу в креативних індустріях на європейський ринок. Основною метою дослідження є визначення креативних індустрій та можливості їх виходу на зовнішні ринки в розрізі різних видів діяльності, відповідно до українського законодавства. Особливу увагу в статті приділено суб'єктам підприємницької діяльності «Освіта в сфері культури». Аналіз джерельної бази показує, що існує велика кількість літератури англійською мовою, яка досліджує креативні індустрії та їх вплив на економіку як всередині країни, так і на зовнішніх ринках. Крім того, існують ґрунтовні дослідження впливу війни на креативні індустрії України. Актуальність дослідження полягає в тому, щоб показати перспективи виходу українського бізнесу, який працює в креативних індустріях, на ринки Європейського Союзу. Дослідження доводить, що українські креативні індустрії мають великі перспективи розвитку на європейському ринку. Результати дослідження можуть мати практичну користь для підприємців, які працюють у креативних індустріях України, або емігрували та починають свою підприємницьку діяльність у сфері креативних індустрій у країнах ЄС.

Ключові слова: креативні індустрії, європейський ринок, культурний продукт, конкуренція, стратегії розвитку, ЮНКТАД.

This article presents and summarizes the main prospects of Ukrainian business in the creative industries entering the European market. Emphasis is placed on the importance of increasing the share of exports of services from creative industries in the total volume of exports of Ukraine. In the conditions of war and transformational changes in the economy, the support and development of creative industries that generate high added value should become one of the priority directions of state policy. The creation of products of intellectual work can involve remote employment, which is especially relevant in the conditions of hostilities on the territory of Ukraine and the relocation of enterprises and workers to safer regions of the country. By creating goods and services in the field of creative industries with further export to the market of the European Union countries, it is possible to have a competitive advantage at a more acceptable price, which is associated with the lower wages of creative industries workers in Ukraine compared to Western countries, as well as to devaluation countries processes that lead to a decrease in the purchasing power of the national monetary unit, making the export of goods and services more competitive compared to imports. The main goal of the research is to determine creative industries and their opportunities to enter foreign markets in the context of various types of activities, in accordance with Ukrainian legislation. The article pays special attention to the subjects of entrepreneurial activity «Education in the sphere of culture». Analysis of the source base shows that there is a large number of literary sources in English that examines the creative industries and their impact on the economy both domestically and in foreign markets. In addition, there are thorough studies of the impact of the war on the creative industries of Ukraine. The relevance of the study is to show the entry prospects of the Ukrainian business, which works in creative industries and creating great added value, to the market of European Union. The study proves that Ukrainian creative industries have great prospects for development in the European market by searching and finding new niches, as well as entering new markets, taking into account the higher paying demand and the greater market capacity of the EU countries. The results of the research can be of practical benefit to entrepreneurs who work in the creative industries in Ukraine, or who have emigrated and are starting their entrepreneurial activities in the field of creative industries in EU countries.

Keywords: creative industries, European market, cultural product, competition, development strategies, UNCTAD.

Постановка проблеми. В умовах економічної інтеграції України до Європейського Союзу (ЄС), з одного боку, для української економіки відкриваються нові

ринки, а з іншого – постає ряд проблем у зв'язку з надходженням на європейські ринки української продукції. Підвищення рівня конкуренції для європей-

ських виробників у зв'язку з надходженням на європейський ринок української продукції викликає не лише економічне, а й політичне напруження. Яскравим прикладом є зернова криза, яка призвела до часткового блокування кордону між Україною та Польщею. Для мінімізації економічних втрат, з якими може стикатись Україна у зв'язку з подібними зовнішньоекономічними складнощами з нашими західними партнерами, можна знаходити нові ніші на європейському ринку.

Як показує практика, українська товарна продукція зіштовхується з проблемами при виході на європейські ринки. Загалом варто відзначити, що такі проблеми в різний час мали всі країни, які приєднувались до Європейського Союзу. Однак, інтеграція до ЄС для України є надзвичайно важливою умовою для розвитку економіки та відбудови країни в післявоєнний період. Та навіть зараз, під час активних бойових дій, українська економіка потребує виходів на нові ринки та залучення валютних коштів від експорту. Сучасні реалії полягають у тому, що, окрім товарів, можна експортувати послуги, технології та результати діяльності креативних індустрій.

Закон України «Про культуру» дає таке визначення креативних індустрій: «Креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [2].

Поняття креативних індустрій є достатньо широким і найповніше визначається згідно критеріїв ЮНКТАД (Конференції ООН по торгівлі та розвитку), які є основою визначення переліку креативних індустрій вже згідно з українським законодавством. До цього переліку належать:

- діяльність музеїв;
- діяльність бібліотек і архівів;
- видавнича діяльність;
- освіта в сфері культури;
- створення програмного забезпечення;
- кіно- та відео виробництво;
- видання звукозаписів;
- рекламна діяльність;
- дизайн, діяльність у сфері фотографії;
- перекладацька діяльність;
- театральна та концертна діяльність;
- індивідуальна мистецька діяльність, яка включає в себе живопис, скульптуру, графіку, фотографію, кінематограф та художні ремесла.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні кілька десятиліть відзначаються широким спектром наукових праць, пов'язаної з розвитком креативних індустрій. Початок такого роду дослідження беруть в англійській літературі. Згодом і українські дослідники почали звертати свою увагу на креативні індустрії та їх дослідження перейшло з площини суто культурологічної і мистецької в економічну і правову. Загалом, варто зазначити, що дослідження сфери креативних індустрій – це міждисциплінарне дослідження, яке включає в себе культурологічні аспекти (мистецька школа), технічні аспекти (технічне забезпечення друкарської справи, кіно та звуко виробництва, фотографії, тощо), юридичні аспекти (захист прав інтелектуальної праці), економічні аспекти (відсоток креативних індустрій в структурі ВВП, обсяг експорту, кількість залученої робочої сили тощо), соціальні

аспекти (освітній вплив, соціальні проекти, робота з діаспорою тощо).

Як зазначає у своїй статті Шеремет О. В., вперше поняття креативних індустрій було використано австралійським урядом у 1994 році. А ще через чотири роки Департамент культури, медіа та спорту Великої Британії надав перше ґрунтовне визначення цього поняття. Згідно з цим визначенням до креативних індустрій відносяться галузі економіки, які ґрунтуються на індивідуальній творчості та майстерності, і які створюють додану вартість завдяки результатам інтелектуальної праці [12]. Власне, такий перелік індустрій надає і Кабінет міністрів України у своєму Розпорядженні № 265-р від 24 квітня 2019 року, де затверджуються види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Безперечно, найбільшу додану вартість дають працівники сфери ІТ технологій, і про це написано чимало досліджень. Та, на наш погляд, у зв'язку з великою кількістю емігрантів з України, важливу роль в експорті послуг креативних індустрій займає освітній сектор. Саме тому в своєму дослідженні ми зупинимось на аналізі перспектив виходу на європейський ринок суб'єктів підприємницької діяльності, які працюють за КВЕДАми 85.52) Освіта у сфері культури» [8]. Цей вид діяльності включає в себе:

- послуги викладачів,
- піаністів та інше музичне навчання,
- навчання мистецтву,
- навчання танцям в танцювальних студіях,
- діяльність драматичних шкіл (крім академічних),
- діяльність шкіл образотворчого мистецтва (крім академічних),
- діяльність шкіл театального мистецтва (крім академічних)
- діяльність шкіл фотографії (крім академічних) [11].

Наразі більшість літератури щодо дослідження креативних індустрій публікується англійською мовою. Так, книга «Global Creative Industries» демонструє аналіз та результати дослідження креативних індустрій в основному на прикладі Австралії [14].

Важливе дослідження було проведено перед повномасштабним вторгненням Центром аналізу міжнародної торгівлі Trade + при Київській школі економіки «Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України». Тут розглядається загальний розвиток креативних індустрій України, враховуючи вплив епідемії COVID-19, та економічні профілі креативних індустрій країн орієнтирів: Великої Британії, Німеччини, Туреччини, США, Канади.

Важливим дослідженням від Міністерства культури та інформаційної політики України є «Вплив війни на показники діяльності креативних індустрій (2021 – 2022)».

Формування цілей статті. Основна мета цього дослідження полягає в тому, щоб визначити перспективи виходу українського бізнесу в сфері креативних індустрій на європейський ринок. З 2022 року стало очевидно, що розвиток креативних індустрій – це не лише питання культури і економіки, а й питання державної безпеки. Адже креативні індустрії потерпають від військової агресії чи не найбільше: руйнуються музеї, театри, типографії, бібліотеки, архіви та інше. А те, що не руйнується, викрадається, потрапляючи в окупацію та привласнюється країною агресором.

Недостатня робота представників креативних індустрій України на європейському ринку призводить до спотвореного сприйняття дійсності нашими європейськими партнерами і колегами.

В контексті акцентування уваги на сферу діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, які працюють згідно з КВЕДОм «Освіта у сфері культури», виділяємо два основні напрями перспектив розвитку роботи на європейському ринку:

- робота з українцями, які виїхали за межі України;
- робота з емігрантами та місцевим населенням європейських країн.

Освіта у сфері культури – це вид діяльності, який включає в себе велику кількість творчих занять для дітей і дорослих. До них відносяться навчання музиці, співам, малюванню, ремеслам та інше. Завдяки такому широкому спектру навчальних можливостей, українські підприємці, які займаються такими видами діяльності в Європі, мають змогу не лише тримати зв'язок між українцями за кордоном та українською освітою, але й розповсюджувати українські традиції в музиці, живописі, ремеслах серед європейців, таким чином популяризуючи українське.

Важливим акцентом є те, що дослідження креативних індустрій, протягом останніх 10–15 років переходить з контексту суто культурного в контекст економічних відносин. 2021 рік був визнаний Генеральною Асамблеєю ООН Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку. Безперечно, COVID-19 мав суттєвий вплив на ринок креативних індустрій. Особливо великих збитків індустрія зазнала в музейній сфері, музичній та виставковій діяльності.

Робота в сфері експорту креативних індустрій потребує підтримки з боку держави в особі Міністерства освіти та Міністерства культури та інформаційної політики України, а також Міністерства економіки. Адже креативні індустрії мають величезний вплив на формування іміджу України за кордоном, поширення знань про українську культуру та історію та протидію дезінформації з боку РФ, яка вкладає потужні кошти в експорт своїх креативних індустрій в країни ЄС, США та інші.

З економічної точки зору експорт послуг креативних індустрій є простішим, ніж експорт товарів металургійного або агросектору.

Вклад основного матеріалу. До 2022 року Україна була державою, яка експортувала переважно металургію та продукцію сільського господарства. Водночас було багато дискусій про те, що структура експорту має змінюватись, ставати більш спрямованою на інтелектуальний продукт, і акцент робився на ІТ сектор.

Безумовно, це важлива складова, однак, окрім ІТ, Україна може запропонувати зовнішнім ринкам велику кількість інтелектуальних продуктів з креативних індустрій.

За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку «ЮНКТАД» у 2020 році культура і креативні індустрії склали 3,1% світового ВВП. Креативні індустрії забезпечують 6,2% робочих місць в усьому світі [1. ст. 2].

У 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2% доданої вартості української економіки. Це на 3,9% більше ніж у 2019 році [4]. Кількість людей, задіяних в креативних індустріях до повномасштабного вторгнення, зростала з року в рік. В основному до креативних індустрій були залучені молоді фахівці віком до 45 років. Очевидно, що ці показники змінились у зв'язку з повномасштабною війною. За даними дослідження Українського культурного фонду та МКІП з України від 24 лютого 2022 року виїхало більше 20% креативних фахівців, 37% представників креативних індустрій втратили роботу [1]. Однак, ІТ сектор допомагає пережити креативним індустріям кризи: спочатку коронавірусу, а потім і військову.

У 2022 році Україна експортувала послуг від креативних індустрій на 3766 млн доларів США. За даними Державної служби статистики України у загальному експорті послуг частка креативних індустрій складала 41%, з яких 40,5% забезпечені послугами у сфері телекомунікації, комп'ютерними та інформаційними послугами [5].

Вклад експорту послуг освіти в сфері культури є мінімальним, однак він потребує збільшення, адже розвиток цього сегмента креативної індустрії має значний вплив як на роботу з українською діаспорою за кордоном, так і на формування позитивного іміджу України, роз'яснення ролі української культури в загальноєвропейському контексті та вихід українських культурних та освітніх послуг на міжнародний ринок.

3 травня 2021 року діє програма «Креативна Європа» від Європейської Комісії на період 2021–2027 року з бюджетом 2,4 млрд євро. Метою програми є підтримка культурного, креативного та аудіовізуального секторів економіки. Українські заявники також можуть брати участь в грантовій підтримці згідно цієї програми в рамках співпраці Україна-ЄС.

Важливими аспектами цієї програми є:

- підтримка міжнародної співпраці в сфері мистецтва та креативних індустрій;
- переклад літературних творів, що особливо актуально для української сучасної та класичної літератури. Адже, як зазначає у своїх численнях інтерв'ю та есеях українська письменниця Оксана Забужко, для

Продовольство \$ 21,8 млрд	Металургія \$ 3,9 млрд
Інший експорт (включно з креативними індустріями) \$ 7,4 млрд	Машинобудування \$ 2,9 млрд

Рис. 1. Обсяг українського експорту у 2023 році

Джерело: зроблено авторами за [3]

європейських читачів стало відкриттям, що існує українська літературна традиція, після того, як на книжковий ринок європейських країн вийшли перекладені книги української літератури;

– підвищення доступності аудіовізуальних творів українських виконавців на ринках країн ЄС та доступ аудіовізуальної продукції з європейських країн на український ринок після впровадження обмежень на аудіовізуальну продукцію з РФ;

– запровадження інноваційних підходів до виробництва і розповсюдження продуктів та послуг креативних індустрій;

– посилення медіаграмотності та підтримка свободи слова, а також протидія дезінформації;

– підтримка міжнародної мобільності митців, створення резиденцій для комфортних умов роботи художників, письменників та інших діячів культурної сфери [6].

Діяльність учасників креативних індустрій завжди була важливим чинником для промоції українських наративів за кордоном. Загальновідомим є факт дипломатичного акту Української Народної Республіки на початку 1919 року, коли до Європи, крім дипломатичної делегації, відправили музичну капелу на чолі з Олександром Кошицем, який зробив надзвичайний вклад в розповсюдження української культури в Європі та згодом і на інших континентах. За 2022 рік на підтримку України за кордоном було проведено 650 культурних подій, не враховуючи концерти. Це важливі події, які допомагають розповідати про Україну не лише як про жертву агресії, але й про її культуру, мистецтво та історію.

Акцентуючись на масштабних проєктах, виставках та гастролях легко знівелювати вплив малих підприємців, які працюють в освіті у сфері культури, які відкрили свої маленькі бізнеси в країнах ЄС та працюють вчителями, забезпечуючи зв'язок українських учнів з системою української шкільної освіти.

Варто зазначити, що в Україні широко розвинений сектор позакласного навчання дітей та креативного дозвілля для дорослих. Особливо це помітно у великих містах. В європейських країнах позашкільна освіта для дітей менш розвинена. Це пов'язано, в першу чергу, з тим, що шкільна освіта в країнах ЄС дітей в школі загалом менше навантажує, ніж в українських школах. За рахунок вищої оплати педагогічної праці доступ до позашкільної освіти в країнах ЄС є обмеженим.

Українські викладачі, які відкрили свої малі бізнеси в країнах ЄС, здатні надавати якісні освітні послуги, використовуючи сучасні методологічні підходи та створювати конкурентне середовище на ринку позашкільної освіти та творчого дозвілля для дорослих.

Розвиток творчого мистецького дозвілля для дорослих має великі перспективи на європейському ринку, особливо у зв'язку зі зростанням інтересу до всього українського. За рахунок проведення творчих подій для великих корпорацій, банків, фінансових установ, або інших великих компаній, з'являється можливість знайомити людей з традиціями українського авангарду чи традиційними ремеслами. Крім важливого культурного та гуманітарного значення такий вид економічної діяльності ще дає змогу українським представникам креативних індустрій вести бізнес в країнах ЄС, або ж експортувати послуги, перебуваючи в юрисдикції України.

Висновки. Розвиток креативних індустрій в Європі та світі є достатньо стабільним і послідовним протягом останніх десятиліть. Уряди багатьох країн та міжурядові і міжнародні організації займаються дослідженням креативних індустрій та фінансуванням суб'єктів господарювання, які працюють у цьому секторі.

Для українського бізнесу в сфері креативних індустрій у зв'язку з розширенням співпраці в рамках Україна – ЄС відкриваються перспективи виходу на нові ринки. З одного боку, це експорт мистецької та креативної продукції та послуг. З іншого – можливість відкривати бізнес для українських митців та освітян, що займаються освітою в сфері культури в країнах ЄС в рамках програми захисту для громадян України.

Вихід на європейський ринок для української креативної індустрії є, безперечно, легшим ніж для українських товарів металургії або сільськогосподарства. Українські продукти та послуги в сфері креативних індустрій є цілком конкурентоздатними на міжнародних ринках, а важливість розвитку креативної індустрії важко переоцінити.

Найбільші переваги від виходу українських креативних індустрій на європейський ринок:

– експорт якісних українських продуктів та послуг, які створюють позитивний імідж України та демонструють високий рівень культурного та інтелектуального потенціалу країни;

– підтримка зв'язку між українськими емігрантами та державою і українським культурним життям;

– зайнятість робочої сили в сфері з високою часткою доданої вартості в товарах та послугах, а також можливість працювати дистанційно;

– захист державних інтересів та промоція української культури, мистецтва та креативної індустрії на зовнішніх ринках.

Дослідження перспектив виходу українського бізнесу креативних індустрій на міжнародні ринки є перспективним і потребує подальшого глибокого дослідження в розрізі видів діяльності, визначених законодавством України.

Література:

1. Вплив війни на показники діяльності креативних індустрій (2021 – 2022 роки). Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://drive.google.com/file/d/1sdmvRP6YqN4kCLgVyxxXb7BjzJkh3nu3/view>
2. Закон України «Про культуру» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
3. Економіка України у 2023 році: головне. URL: <https://ces.org.ua/ukrainian-economy-in-2023-tracker-overview>
4. Креативні індустрії 2020. Дія Бізнес. URL: https://export.gov.ua/news/3575-kreativni_industrii_2020_42_dodanoi_vartosti_ukrainiskoi_ekonomiki
5. Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві. URL: <https://mcip.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi>
6. Програма ЄС «Креативна Європа» 2021 – 2027. URL: <https://business.diaa.gov.ua/creative-europe>

7. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський Ю. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Дослідження, підготовлене Центром аналітики зовнішньої торгівлі Trade+ при Київській школі економіки у партнерстві з Кімонікс Інтернешнл Інк. на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України. 2021.
8. Розпорядження Кабінету міністрів УКРАЇНИ від 24 квітня 2019 р. № 265-р Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-p#Text>
9. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.
10. Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. Міністерство культури та інформаційної політики України. 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX/view>
11. Оpendatobot URL: <https://opendatobot.ua/c/kved/P/85.52> (дата звернення 03.06.2024).
12. Шеремет О.В. Співпраця України та ЄС у сфері креативних індустрій. *Економіка та підприємництво*. 2020. № 1 (112). DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-4>
13. Cunningham S. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. *Media International Australia*. 2022. Volume 102. Issue 1.
14. Flew T. *Global Creative Industries*. 2013. Polity Press.
15. Jones C., Lorenzen M., Sapsed J. *The Oxford handbook of Creative industries*. 2015. Oxford University press.

References:

1. Vplyv viiny na pokaznyky diialnosti kreatyvnykh industrii (2021 – 2022 roky). Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy [The impact of the war on the performance indicators of creative industries (2021-2022)]. Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. Available at: <https://drive.google.com/file/d/1sdmvrP6YqN4kCLgVyxzXb7BzJkh3nu3/view> (in Ukrainian)
2. Zakon Ukrainy «Pro kulturu» [Law of Ukraine «On Culture»]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (in Ukrainian).
3. Ekonomika Ukrainy u 2023 rotsi: holovne [The economy of Ukraine in 2023: the main thing]. Available at: <https://ces.org.ua/ukrainian-economy-in-2023-tracker-overview> (in Ukrainian)
4. Kreatyvni industrii 2020. Diia Biznes [Creative industries 2020. Diia Business]. Available at: <https://export.gov.ua/news/3575-kreatyvni-industrii-2020-42-dodanoi-vartosti-ukrainskoi-ekonomiki> (in Ukrainian)
5. Kreatyvni industrii: yikh rol ta mistse u suchasnomu ukrainskomu suspilstvi. [Creative industries: their role and place in modern Ukrainian society]. Available at: <https://mcip.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi> (in Ukrainian)
6. Prohrama YeS «Kreatyvna Yevropa» 2021–2027 [EU program «Creative Europe» 2021–2027]. Available at: <https://business.diia.gov.ua/creative-europe> (in Ukrainian)
7. Nikolaieva O., Onopriienko A., Taran S., Sholomytskyi Yu., Yavorskyi Yu. Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy. Doslidzhennia, pidhotovlene Tsentrom analityky zovnishnoi torhivli Trade+ pry Kyivskii shkoli ekonomiky u partnerstvi z Kimoniks Interneshnl Ink. na zamovlennia Ministerstva kultury ta indformatsiinoi polityky Ukrainy. 2021 [Creative industries: influence on the development of the economy of Ukraine. A study prepared by the Trade+ Center for Foreign Trade Analytics at the Kyiv School of Economics in partnership with Kimonix International Inc. by order of the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. 2021]. (in Ukrainian)
8. Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainu vid 24 kvitnia 2019 r. № 265-r Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 24, 2019 No. 265-r On the approval of types of economic activity belonging to creative industries]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-p#Text> (in Ukrainian)
9. Svintsytska O. M., Tkachuk V. O. (2020) Kreatyvna ekonomika ta kreatyvni industrii: navch. posibn [Creative economy and creative industries: a study guide]. Zhytomyr: Zhytomyr Polytechnic State University, 218 p. (in Ukrainian)
10. Osnovni ekonomichni pokaznyky kreatyvnykh industrii v Ukraini. Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy. 2021. [Main economic indicators of creative industries in Ukraine]. Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. (2021). Available at: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX/view> (in Ukrainian)
11. Opendatobot. Available at: <https://opendatobot.ua/c/kved/P/85.52> (accessed June 3, 2024). (in Ukrainian)
12. Sheremet O. V. (2020) Spivpratsia Ukrainy ta YeS u sferi kreatyvnykh industrii [Cooperation between Ukraine and the EU in the sphere of creative industries]. *Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 1 (112). DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-4> (in Ukrainian)
13. Cunningham S. (2022) From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. *Media International Australia*, vol. 102, is. 1.
14. Flew T. (2013) *Global Creative Industries*. Polity Press.
15. Jones C., Lorenzen M., Sapsed J. (2015) *The Oxford handbook of Creative industries*. Oxford University press.