

УДК 338.1; 338.4

JEL: L16, L82, O14, O32, O38

Наталія БАКУЛІНА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу
Тернопільського національного економічного університету

Володимир ФАЛОВИЧ

доктор економічних наук,
доцент, завідувач кафедри промислового маркетингу
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ І ОЦІНКА

Вступ. В умовах сучасного розвитку цифрових технологій та інформатизації суспільства ідеї продукують швидше, ніж будь-коли раніше, формуючи комерційні та споживчі цілі. Національні економіки не можуть ефективно розвиватися в замкненому середовищі. Сьогодні набагато простіше продати творчий продукт онлайн, хоча в багатьох країнах, що розвиваються, цього все ще важко досягти. У 2018 році в Глобальному звіті ЮНЕСКО було наголошено, що багато малих підприємств, у т. ч. творчих, із країн, що розвиваються стикаються з численними проблемами в процесі інтеграції до глобальних експортних ринків, на відміну від тих країн, котрі мають доступ до таких послуг, як логістика для доставки товарів за кордон, знання регуляторних вимог законодавства щодо експорту країн-імпортерів тощо. Актуальність розвитку креативних індустрій посилюється в період підвищення темпів економічного розвитку, глобалізації світової економіки та стирання національних кордонів країн.

Мета. Метою статті є аналізування та оцінювання сучасного стану креативних індустрій в Україні, як одного з напрямків стратегічного розвитку країни.

Методи дослідження. Для досягнення мети було використано методи аналізу та порівняння міжнародного досвіду, систематизації статистичних даних. Загальна картина розвитку креативних індустрій в Україні сформована за системним підходом.

Результати. На основі аналізу літературних джерел, міжнародного досвіду та систематизації статистичних даних виявлено тенденції розвитку креативних індустрій в Україні. Визначено пріоритетні напрями розвитку цієї сфери, які забезпечать конкурентні переваги країни в умовах глобалізації. Доведено необхідність чіткого визначення креативних індустрій у вітчизняному законодавчому полі. Розкрито проблеми становлення та розвитку національного ринку креативних індустрій в Україні й окреслено шляхи їх розв'язання.

Перспективи. Напрямок подальших досліджень полягає в акцентуванні уваги на формуванні цілісної, уніфікованої системи показників креативних індустрій, їх комплексного оцінювання на основі використання національного й зарубіжного досвіду. Це дасть змогу ідентифікувати креативні індустрії як стратегічний вектор розвитку економіки та виробити дієві інструменти їх ефективного впровадження й використання, а також належного нормативного і правового забезпечення.

Introduction. In the modern development of digital technologies and the information society the ideas are produced faster than ever before, creating a commercial and consumer purposes. National economics can not develop effectively in a closed environment. Today is much easier to sell creative product online, but in many developing countries, it is still difficult to achieve. In 2018 the Global UNESCO report noted that many small businesses, including artists from developing countries face many challenges in integration into global export markets, unlike those countries with access to services such as logistics for the delivery of goods abroad, knowledge of regulatory requirements to export laws of importing countries

and so on. The relevance of creative industries is amplified during the increase in economic development, globalization of the world economy and erasure of national boundaries.

Purpose. The article aims to analyze the current state of creative industries in Ukraine and their evaluation as strategic development segment.

Methods. To achieve the goal methods of analysis and comparison of international experience, ordering statistics are used. Formation of the overall picture of creative industries in Ukraine carried out based on a systematic approach.

Results. The tendencies of development of creative industries in Ukraine are found out based on an analysis of the literature, international experience and organizing statistics. The priority directions of development of the industry that provide competitive advantages in the context of globalization. The necessity of a clear definition of creative industries in domestic legislation. The problems of formation and development of creative industries in the national market in Ukraine and ways of solving them.

Discussion. The direction of future research is focusing on building a coherent, unified system of indicators creative industries and their comprehensive evaluation on the basis of national and international experience. This will help identify the creative industry as a strategic vector of economic development and to develop effective tools for their effective implementation and use, and appropriate regulatory and legal support.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, креативні галузі.

Key words: creative economy, creative industries, creative area.

Формули: 0, рис.: 6, табл.: 0, бібл.: 5.

Formulas: 0, fig.: 6, table.: 0, bibl.: 5.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Особливістю сучасного світу є всебічна глобалізація, якій притаманні зростаюча взаємозалежність національних економік різних держав, посилення відкритості ринків товарів і послуг, а також поглиблення кооперування та поділу праці. У світовому економічному співтоваристві креативні індустрії вже тривалий період займають одні з ключових позицій у формуванні регіонального розвитку, імплементації процесів демократизації, а також прав і свобод громадянського суспільства. Вони сприяють формуванню інноваційних ринків, розвитку торгівлі, політики, економіки знань, мистецтва та культури. З огляду на міжнародні тенденції вітчизняним науковцям і практикам варто приділити більше уваги пошуку шляхів створення сприятливих умов для стабільного соціально-економічного та культурного розвитку України на основі максимального використання досягнень наукового й соціально-гуманітарного прогресу.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження сучасного стану креативних індустрій в Україні та їх оцінювання як сегмента стратегічного розвитку країни.

Аналіз досліджень і публікацій, де започатковано розв'язання проблеми. Серед науковців, які зосередили свою увагу на дослідженні особливостей та специфіки креативних індустрій, варто виділити Д. Тросбі, Дж. О'Коннор, Дж. Хартлі, Е. Зеленцова, Н. Гладких, І. Мацевіч. Практичній складовій креативних індустрій присвячували свої праці Ч. Лендрі, П. Лінднер, А. Скотт, П. Холл.

Базові моделі розвитку креативних індустрій, що ґрунтуються на теоретичних і практичних розробках світових науковців, окреслено в моделях Департаменту медіа, культури та спорту (UK DSMS model), функціональній моделі (Symbolic texts model), моделі концентричних кіл (Concentric circles model), моделі Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO copyright model), моделі креативних індустрій Інституту статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute for Statistics). В Україні питання функціонування та розвитку креативних індустрій залишається відкритим і потребує додаткового вивчення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Експерти Світового економічного форуму, який відбувся в Давосі, стверджують, що впродовж останнього десятиліття креативна економіка розглядається як нова модель зростання, а один із її найбільших кластерів у Європі координує

діяльність 140 тисяч креативних підприємців, створюючи додану вартість на 5,7 млрд євро щорічно.

В Україні визначення та оцінювання креативних індустрій перебувають на етапі становлення. У Законі України “Про культуру” від 14. 12. 2010 креативні індустрії ідентифіковано як види економічної діяльності, метою котрих є створення доданої вартості й робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги – результат індивідуальної творчості. [1]. Своєю чергою Кабінет міністрів України затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Зокрема, це: виробництво ювелірних і подібних виробів, виробництво біжутерії та подібних виробів, видання книг, видання газет, видання журналів і періодичних видань, інші види видавничої діяльності, видання комп’ютерних ігор, видання іншого програмного забезпечення, виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, поширення кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, демонстрація кінофільмів, видання звукозаписів, діяльність у сфері радіомовлення, діяльність у сфері телевізійного мовлення, комп’ютерне програмування, консультування з питань інформатизації, діяльність інформаційних агентств, діяльність у сфері зв’язків із громадськістю, діяльність у сфері архітектури, дослідження та експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук.

Оскільки, світова економіка зосереджена, в основному, в інформаційному та інноваційному капіталах, то можемо стверджувати, що увага до креативних індустрій в Україні дасть змогу підвищити імідж нашої країни у світовому економічному просторі, а також є перспективним напрямком експортної політики держави.

Результати дослідження, в Україні у межах програми «Культура і креативність» показали, що креативні індустрії забезпечують 4% ВВП держави. Такий показник свідчить про значний, але недостатній порівняно зі світовими тенденціями, рівень впливу на національну економіку. У розвитку цього напрямку наша країна потребує підтримки європейських партнерів. Зокрема, ми є учасником таких міжнародних програм, як “Культура і креативність: програма ЄС та Східного партнерства” (2015–2018), “Креативна Європа” (2014–2020), “Мости культури” (Culture Bridges – 2017–2020), п’ятирічна ініціатива “Креативна іскра” (Creative Spark).

Одним із напрямків розвитку креативних індустрій в Україні – реалізація проекту “Експортна стратегія України”, який започаткував у 2016 році уряд. Реалізація цього проекту відбулася за підтримки Western NIS Enterprise Fund у співпраці з експертами Міжнародного торговельного центру (International Trade Centre), який має великий досвід у сприянні експортним стратегіям для більш, як 50 країн світу. Ця стратегія має на меті перехід України до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку й успішного виходу на світові ринки. Для її реалізації сформульовано пріоритетні завдання, що полягають у створенні умов для стимулювання торгівлі та реалізації інновацій для диверсифікації експорту, розвитку сфери послуг з підтримки бізнесу й торгівлі. Вони забезпечать підвищення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств, а також удосконалення їх навичок і компетенцій, необхідних для участі у міжнародній торгівлі. Для виконання цих завдань обрано перспективні сектори економіки з метою виходу цих галузей на міжнародні ринки. Ці сектори можуть сприяти інноваціям, модернізації і створенню високої доданої вартості, створенню нових робочих місць, залученню інвестицій, забезпеченню переваг у залученні країни до глобальних ланцюгів створення доданої вартості.

Як результат такої співпраці з міжнародними партнерами у 2017 році експорт інформаційно-комунікаційних послуг становив 1,8 млрд дол. США та збільшився на 116,7 млн дол. порівняно з попереднім роком. Упродовж 2018 року посилилася позитивна тенденція 2017-го, а саме, за підсумками 9 місяців 2018 року обсяг експорту цих послуг дорівнював 1,5 млрд дол. США, що більше на 15,6% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Це свідчить про високий потенціал даної галузі у забезпеченні переваг України на світовому ринку. Найбільшими експортними ринками у 2018 році стали ЄС (39,2% загального обсягу експорту послуг сектору), США (30,7%) та Швейцарія (8,6%). За результатами 2017 року 18 українських компаній потрапили в рейтинг 100 найкращих постачальників послуг аутсорсингу. Найбільші експортні ринки України представлено на рисунку 1.

Окремої уваги заслуговує і попит на товари та послуги креативних індустрій, який наразі

постійно зростає і в перспективі може стати рушійною силою для зростання українського експорту. Так, у 2017 році експорт креативних послуг дорівнював 1,1 млрд доларів США та збільшився на 119,2 млн дол. порівняно з минулим роком. У 2018 році позитивна тенденція 2017-го посилилася. Так, за підсумками 9 місяців 2018 року експорт цих послуг становив 910,3 млн дол. США, що на 19,3% більше, порівняно з аналогічним періодом минулого року. Найбільші експортери креативних послуг – ЄС (42,5% загального обсягу експорту послуг сектору), США (31,4%) та Ізраїль (4,7%) (рис. 2).

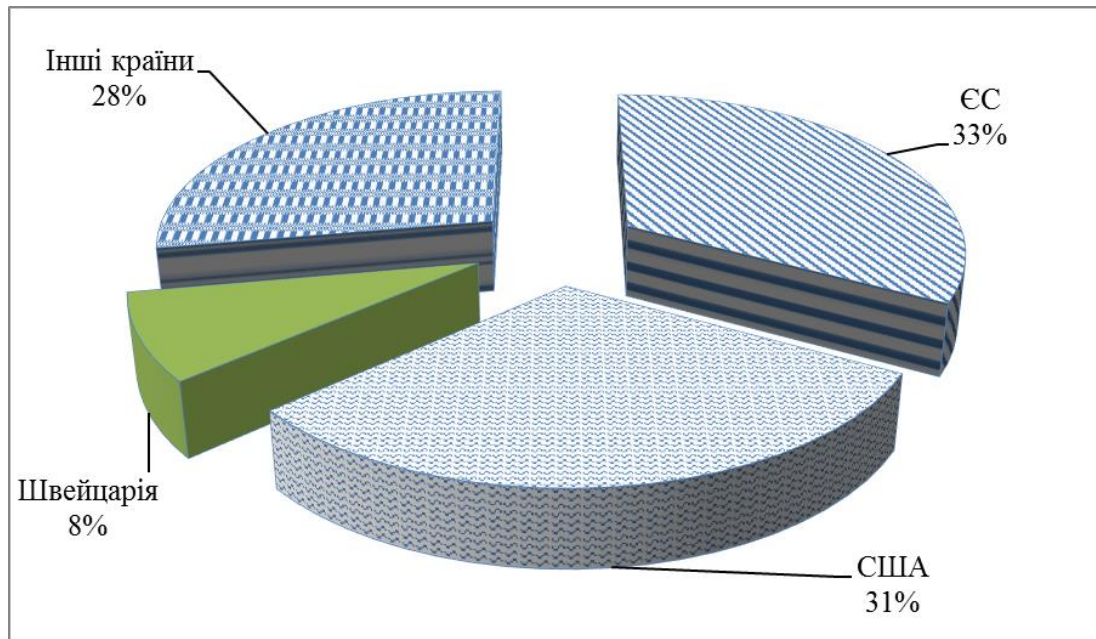


Рис. 1. Найбільші експортні ринки України.

Джерело: склали автори на основі [3].

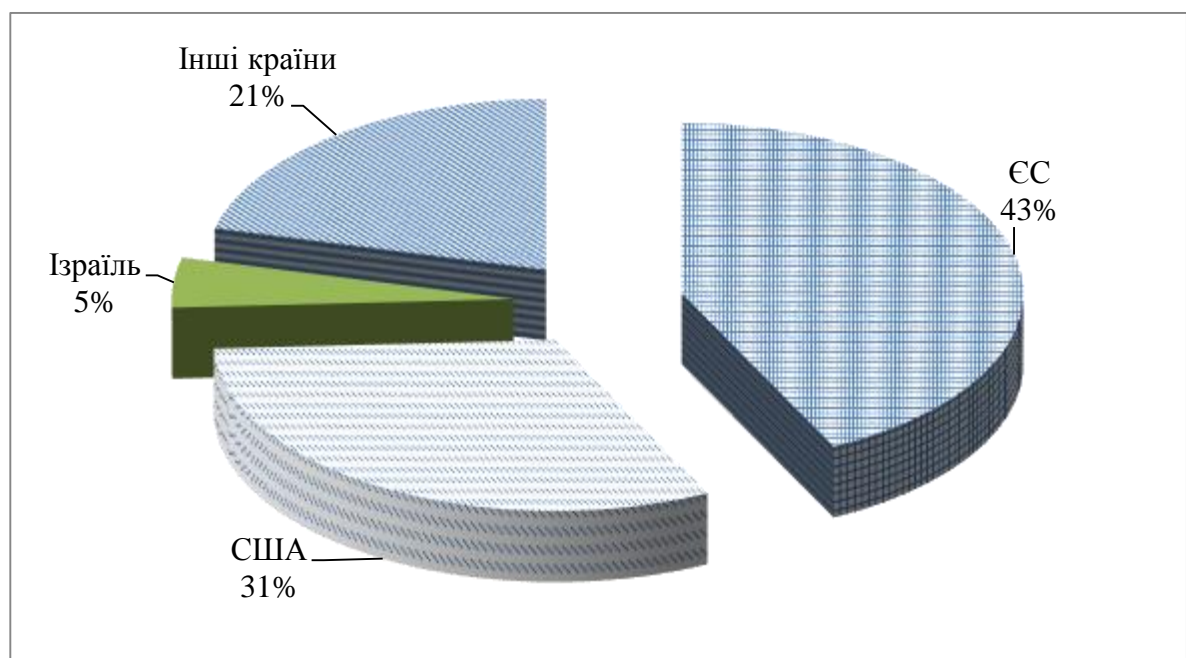


Рис. 2. Найбільші експортери креативних послуг України.

Джерело: склали автори на основі [3].

До цього сектору належать: легка промисловість, послуги, пов'язані зі створенням програмного забезпечення, рекламні послуги і зв'язки з громадськістю (PR), маркетингові дослідження й опитування громадської думки, аудіовізуальні та пов'язані з ними послуги, рекреаційні послуги, послуги індустрії моди й дизайну, образотворче і сценічне мистецтво, традиційна культура (творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі), пам'ятки культурної спадщини (бібліотеки, пам'ятки археології, музеї та виставки).

На окрему увагу заслуговує легка промисловість, на яку припадає 1,1 млрд дол. США загального експорту креативних індустрій 2017 року. Порівняно з 2016 роком він збільшився на 128,7 млн дол. США. Цікавим є те, що перелік адрес експорту продукції легкої промисловості поповнився 21 країною, куди раніше Україна не експортувала. Найбільші серед них – Шрі-Ланка, Кот-д'Івуар, Мавританія, Малайзія, Танзанія та Нова Каледонія. За 11 місяців 2018 року експорт легкої промисловості збільшився на 13,3% і досягнув 1,1 млрд дол., або 2,6% загального обсягу експорту товарів. Нині товари легкої промисловості українського виробництва наявні на ринках більш як 90 країн світу.

Послуги, пов'язані зі створенням програмного забезпечення, – це найбільша складова експорту вітчизняних креативних послуг. Частка цих послуг у 2017 році становила 81,1% загального експорту креативних послуг з України. За підсумками 2017 року експорт склав 868,0 млн дол. США і збільшився на 104,6 млн дол. порівняно з 2016 роком. Серед споживачів українських послуг, пов'язаних зі створенням програмного забезпечення, – високомаржинальні ринки (рис. 3). У 2017 році найбільшими були США з часткою в експорті цього виду послуг у 36,8% та на суму 319,7 млн доларів та ЄС, на країни якого загалом припадає також 36,8% експорту цих послуг (319,1 млн дол.). Сукупно частка цих двох споживачів, які є ринками у фокусі згідно з Експортною стратегією України, становить 73,6% експорту програмних послуг. Третє місце займав Ізраїль з часткою 6,5%. До переліку найбільших споживачів цих послуг також входять Канада – 4,5%, Корея – 2,9%, острів Мен – 2,8%, Віргінські острови (Брит.) – 2,0%, Норвегія – 1,9%.

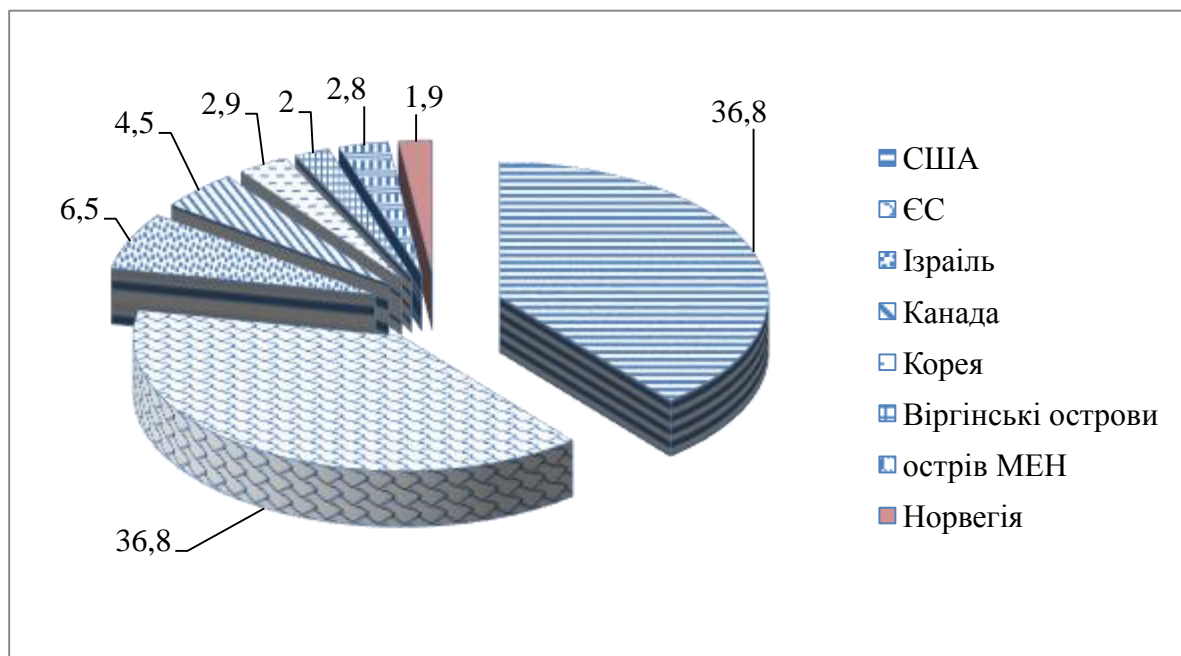


Рис. 3. Найбільші споживачі українського програмного забезпечення, %.

Джерело: склали автори на основі [3].

За 9 місяців 2018 року позитивна тенденція попереднього року збереглася також, обсяги експорту збільшилися відповідно на 21,2% і становили 753,0 млн дол. Серед послуг сектору креативних індустрій – мода та дизайн (графічний, промисловий і дизайн інтер'єру). Сьогодні ми маємо високий попит на продукцію українських дизайнерів, як на внутрішньому ринку, так і за кордоном. Підсектор аудіовізуальних послуг охоплює кінематограф, телебачення, радіомовлення,

кіноіндустрію, видавничі та інші виконавські й візуальні мистецтва. Серед чотирьох національних кінематографічних студій в Україні у 2018 році у прокат вийшло 35 фільмів. Експорт аудіовізуальних послуг у 2016 році порівняно з 2015 роком зменшився на 37,9% і становив 7,4 млн дол. У 2017 році тенденція з експортом послуг сектору змінилася на протилежну й у підсумку обсяг експорту збільшився на 47,8% і становив 10,9 млн дол. Упродовж 9 місяців 2018-го позитивна тенденція попереднього року тривала й обсяги експорту збільшилися відповідно на 40,2%, досягнувши 9,1 млн дол. США.

У 2016 році порівняно з 2015 роком експорт послуг, пов'язаних із наданням рекламних послуг та зв'язків з громадськістю (PR), маркетингових досліджень та опитувань громадської думки збільшився на 5,8% і становив 149,9 млн дол. США, або 15,8% загального експорту креативних послуг. У 2017 році тенденція з експортом послуг сектору продовжилась і обсяг експорту при зростанні на 9,8% становив 164,7 млн дол., або 15,4% загального обсягу експорту послуг підсектору. До найбільших споживачів послуг зазначеного підсектору в 2017 році належали: країни ЄС з часткою 62,2% всього експорту креативних послуг, Швейцарія – 9,9%, Гонконг – 5,9% та США – 5,1% (рис. 4). За 9 місяців 2018 року позитивна тенденція попередніх років збереглася, обсяги експорту збільшилися відповідно на 19,9% і становили 138,1 млн дол.

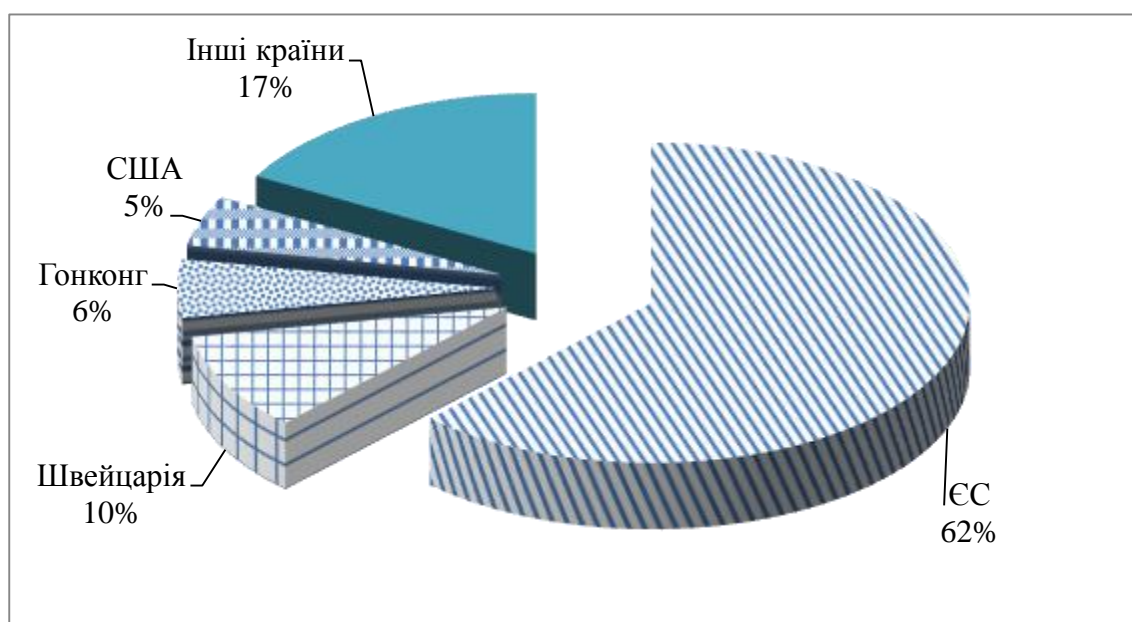


Рис. 4. Експорт послуг, пов'язаних з наданням рекламних послуг та зв'язків з громадськістю, маркетингових досліджень та опитувань громадської думки, %.

Джерело: склали автори на основі [3].

Як свідчить Держкомстат України, сьогодні ми маємо позитивну динаміку в загальному обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності промислових підприємств. Зокрема, у 2018 році такі витрати становили 12180,1 тис. грн порівняно з 9117,5 млн. грн 2017 року. З них дослідження і розробки дорівнювали у 2018 р. – 3208,8 тис. грн, у 2017 р. – 2169,8 млн грн. Як бачимо, інтерес до творчих галузей у бізнесових колах зростає. За джерелами фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств також бачимо зростання як державних коштів, так і власних ресурсів. Так, у 2017 році витрати на інновації даного сектору економіки становили 9117,5 млн грн, а вже у 2018 р. – 12180,1 млн грн. Серед них власні кошти дорівнювали у 2017 р. – 7704,1 млн грн, кошти державного бюджету – 227,3 млн. грн. А вже у 2018 році – 10742 млн грн і 639,1 млн грн відповідно. Велика частка зацікавленості в інноваційній діяльності українських підприємств і у інвесторів-нерезидентів (107,8 і 107,0 млн грн відповідно у 2017 та 2018 роках).

Щодо наукової діяльності впродовж 2018 р., то за даними Держкомстату, в Україні наукові дослідження і розробки (НДР) здійснювали 950 організацій, з них: 48,1% належали державному сектору економіки, 37,0% – підприємницькому, 14,9% – вищій школі. Це свідчить про інтерес до

креативних індустрій як держави, так і приватних бізнесових структур. Високою є також зайнятість громадян в даному секторі. Так, на кінець 2018 р. чисельність виконавців НДР як державного так і приватного сектору становила 88,1 тис. осіб (з урахуванням сумісників та осіб, які працюють за договорами цивільно-правового характеру), з яких 65,4% – дослідники, 9,7% – техніки, 24,9% – допоміжний персонал.

Інформація щодо кількості працівників, задіяних у виконанні НДР, за категоріями персоналу наведена на рисунку 5.

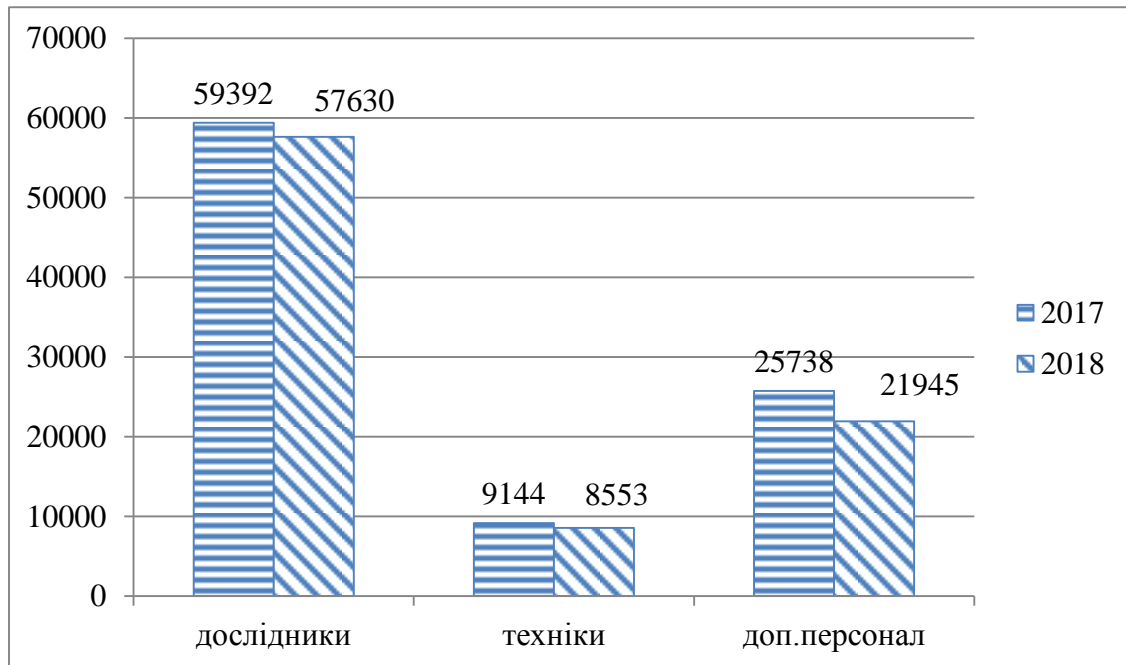


Рис. 5. Чисельність працівників, задіяних у виконанні науково-дослідних робіт, осіб.
Джерело: склали автори на основі [2].

У 2018 р. всього лиш 0,54% зайнятого населення були виконавцями НДР (дослідників, техніків і допоміжного персоналу), у тому числі серед них дослідників – 0,35%. В той час, як свідчить Євростат, в 2016 р. серед європейських країн найвищою ця частка була в Данії (3,18% і 2,2%), Фінляндії (3,04% і 2,26%), Великій Британії (2,29% і 1,68%) та Нідерландах (2,28% і 1,39%); найнижчою – у Румунії (0,54% і 0,34%), Кіпрі (0,87% і 0,62%), Болгарії (1,09% і 0,71%) та Польщі (1,08% і 0,83%). Як бачимо що частка зайнятого в науково-дослідному секторі населення в європейських країнах значно перевищує вітчизняний показник. Це свідчить про високий потенціал розвитку України в даному напрямку.

Відсоток докторів наук та докторів філософії (кандидатів наук) з-поміж виконавців науково-дослідних робіт теж високий, а саме: 29,3%, серед дослідників – 44,7% (рис. 6). Це свідчить про високу зацікавленість наукової еліти сферою креативних індустрій та велику ймовірність переходу науковців з сфери науково-педагогічної діяльності у сферу креативних індустрій. Особливо актуальним це питання постає в час проведення реформ у вищій школі та масштабного вивільнення науково-педагогічного персоналу з вузів.

Більшість докторів наук та докторів філософії (кандидатів наук), які займалися науковими дослідженнями та розробками, були зайняті в державному секторі економіки, 35% – у вищій школі, 5% – у підприємницькому секторі. Це означає високу зацікавленість держави сектором креативних індустрій.

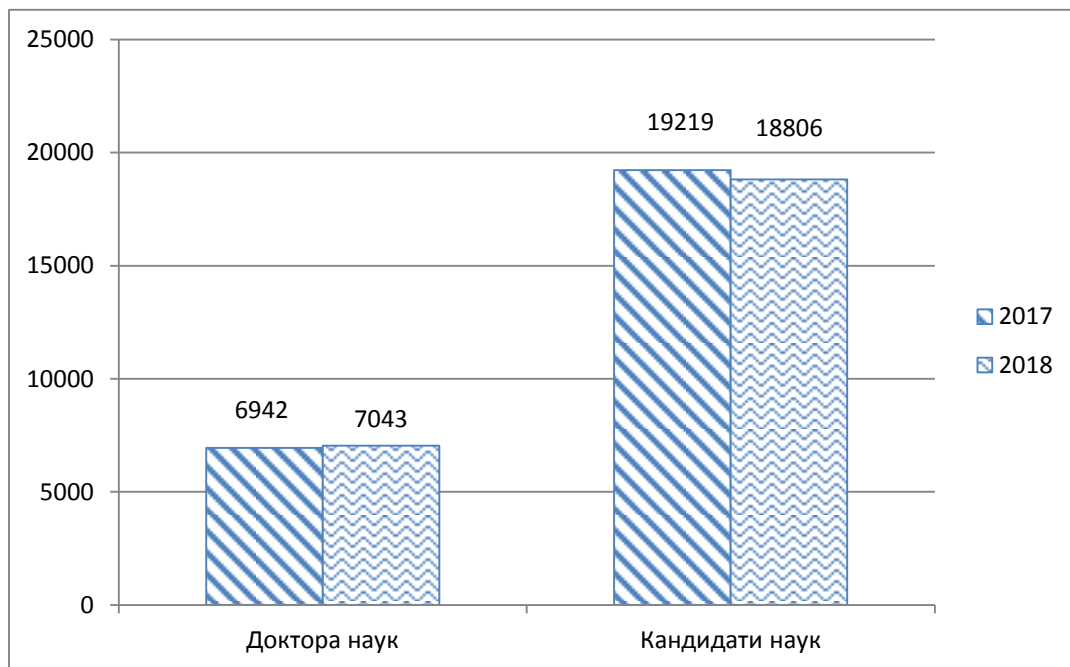


Рис. 6. Частка виконавців науково-дослідних робіт, які мають науковий ступінь, осіб.
Джерело: склали автори на основі [2].

Бюджетний запит Міністерства культури України на наступний рік становитиме 10,3 млрд. грн. на галузь, тоді як торік бюджет відомства становив 5,6 млрд. грн.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, за результатами нашого дослідження можна стверджувати, що креативні індустрії є важливою складовою національної економіки країни та головною вимогою її конкурентоспроможності. Позитивний вплив креативних індустрій на обсяги експорту підтверджується збільшенням обсягів товарообороту креативної продукції. Перспективними для України в напрямку нарощення експорту є ринки Китаю, Японії, США, Канади, а також ринки ЄС, Азії і Африканського континенту. Для реалізації цих можливостей Україні необхідно створити ефективну національну мережу інституцій з підтримки креативних індустрій. Варто також зазначити необхідність формування знань та компетенцій, які надає сучасна система освіти, створення хабів, коворкінгів, центрів діяльності, відкриття бізнес-інкубаторів та розвитку соціального підприємництва. Оскільки уряд визначив, що перспективними секторами економіки є інформаційні та комунікаційні технології, креативні індустрії, туризм, технічне обслуговування й ремонт повітряних суден, виробництво запасних частин та комплектувальних виробів для аерокосмічної і авіаційної промисловості, тому потрібно спрямувати максимум зусиль на нарощення їх креативного потенціалу. Також, судячи з європейського досвіду, Україні необхідно надавати всебічну підтримку креативних індустрій, впроваджувати грантові програми, підтримувати науковців, які, займається освітніми програмами у цій царині, формувати сприятливі економічні умови для відкриття нових підприємств в сегментах креативної економіки, забезпечити для них доступні умови кредитування.

Також варто підкреслити роль системи освіти, оскільки вона відповідає за навчання людей творчим навичкам, необхідним для розвитку креативних індустрій, що приваблює молодь та збільшує її бажання залишитися в Україні, а не виїжджати за її межі. Нині дослідники дедалі частіше встановлюють зв'язки між креативною економікою і наданням молоді змоги залишатися в нашій країні.

Література

1. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17/ed20190716> (дата звернення 14.05.2019).
2. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.05.2019).

3. Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017 – 2021 : веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichno goRozvitkuTorgivli2017-2021> (дата звернення: 12.05.2019).
4. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М. : Классика–XXI, 2011. 256 с.
5. Creative Industries Economic Estimates. *Statistical Release* / UK Department for Culture, Media and Sport. January, 2015. 46 p.

References

1. Pro kulturu : Zakon Ukrainy [About culture: The Law of Ukraine] (2019, October 14) Verkhovna Rada Ukrainy – Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17/ed20190716> [in Ukrainian].
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
3. Eksportna stratehiia Ukrainy: Dorozhnia karta stratehichnoho rozvytku torhivli 2017–2021 [Ukraine’s Export Strategy: Strategic Trade Development Roadmap 2017–2021]. Retrieved from <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021> [in Ukrainian].
4. Hawkins, J. (2011) Kreatyvnaia ekonomyka. Kak prevratyt ydey v denhy [Creative Economics. How to turn ideas into money]. М. : Klassyka-KhKhI. 256 p. [in Russian].
5. Creative Industries Economic Estimates (2015) [Creative Industries Economic Estimates]. *Statistical Release* / UK Department for Culture, Media and Sport. January. 46 p.

Статтю отримано 18 червня 2019 року
Article received June 18, 2019