

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-17>

УДК 330.34; 339

## СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ПОЛЬСЬКИЙ КОНТЕКСТ

### THE ESSENCE AND CLASSIFICATION OF CREATIVE INDUSTRIES: THE POLISH CONTEXT

**Горбась Ірина Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1326-5572>**Кошель Карина Сергіївна**студентка магістратури,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6888-8583>**Horbas Iryna, Koshel Karyna**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

У статті розкрито сутність поняття «креативні індустрії» та представлено види діяльності, що відносяться до креативної сфери за міжнародним законодавством: культурна спадщина, мистецтво, медіа, функціональний креатив. Розглянуто динаміку розвитку креативних індустрій та їхньої частки у ВВП різних країн світу. Досліджено стан та особливості структурування галузі креативних індустрій республіки Польща: архітектура та дизайн інтер'єру; видавнича діяльність; національна спадщина, бібліотеки, архіви; художня освіта; мода та промисловий дизайн; кіновиробництво та телебачення; радіо- та музичне виробництво; програмування; реклама та пов'язані з нею види діяльності; художнє ремесло; виконавське мистецтво; образотворче мистецтво. Окреслено основні напрямки державної та міжнародної підтримки креативних індустрій республіки Польща.

**Ключові слова:** креативна економіка, культурні та креативні індустрії, менеджмент, маркетинг, Польща.

The article reveals the essence of the concept of "creative industries" and presents the types of activities that are considered to be in the creative sphere under international law: cultural heritage, art, media, and functional creativity. It is indicated that the products of activities in the field of creative industries are objects of intellectual property regulated at the international and national levels. The specific features of the creative industries as an object of management are highlighted, in particular: the use of project management; Agile and SMART principles; creative management methods; modern marketing tools and instruments (4Cs: customer, cost, convenience, communications, social and ethical, holistic and lateral marketing, neuromarketing). The author names the main international organisations (UN, UNESCO, UNCTAD) that regulate the activities of creative industries in the world, and form a global policy of development and support of the creative sphere as an important component of the cultural and economic transformation of society. The dynamics of the development of creative industries and their share in GDP in different countries of the world are considered. The status and peculiarities of structuring the creative industries sector of the Republic of Poland are studied. The creative industries of the Republic of Poland are allocated: architecture and interior design; publishing; national heritage, libraries, archives; art education; fashion and industrial design; film and television production; radio and music production; programming; advertising, marketing and related activities; artistic craft; performing arts; fine arts. The basic legislative documents defining the functioning and development of the creative sphere in the Republic of Poland are named. The main directions of state and international support for the creative industries of the Republic of Poland are outlined: international and national projects for the creative industries (to form, support and develop the creative sphere, as well as to strengthen the role of creative industries in the country's economic system), the state development strategy, national grant programmes of the Ministry of Culture and National Heritage of the Republic of Poland, legislative acts and other documents.

**Keywords:** creative economy, cultural and creative industries, management, marketing, Poland.

**Постановка проблеми.** Однією з найбільш характерних рис розвитку сучасного суспільства є розвиток нематеріального виробництва, яке задовольняє низку потреб людства. Шляхом виробництва нематеріальної продукції здійснюється значний вплив на особистість людини, її світогляд, духовність, формування життєвих цінностей тощо. Сьогодні, як і багато років тому, активно розвивається мистецтво, і, разом з тим, з'являється низка нових сфер діяльності та галузей, що сприяють розвитку сучасного матеріального виробництва шляхом використання креативного потенціалу. Так, на сьогодні важлива роль відводиться культурним і креативним індустріям (ККІ), діяльність яких пов'язана з культурним (мистецьким) та/або креативним вираженням, а продукти таких галузей є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту. У наукових колах та серед практиків активно досліджується проблематика розбудови креативних індустрій, розкриття їх сутності та моніторингу основних аспектів діяльності й управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика ефективності ККІ отримує все більшої зацікавленості з боку вчених та практиків бізнесу. Особливості підприємницької діяльності, ведення та управління бізнесом у сфері ККІ, їх вплив на економіку окремих країн та світу в цілому є предметом численних наукових та прикладних розвідок і досліджень. Так, велику увагу особливостям креативної економіки та управління нею приділяють сучасні фахівці, зокрема В. Бугров, М. Ситницький, Н. Подольчак, А. Старостіна, Л. Пащук, І. Корнілова та ін. Серед іноземних дослідників слід відмітити Е. Кетмела, М. Чиксентмігаї, Е. Боно, Т. Сіліг, О. Клеона та ін.

Згідно з А. В. Холодницькою [1], креативні індустрії є сукупністю поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності). Так, прикладом ККІ слугують результати діяльності різних категорій працівників, які отримані за умов менших витрат праці та матеріальних і фінансових ресурсів. Згідно з Ю. О. Жулід [2], креативні індустрії є особливими індустріями, основою яких можуть слугувати індивідуальне творче начало, навички або талант, які несуть в собі потенціал для створення доданої вартості і робочих місць завдяки виробництву та експлуатації інтелектуальної власності. Закон України «Про культуру», який є основним

українським нормативно-правовим документом, що регулює функціонування креативних індустрій в Україні визначає креативні індустрії особливими видами економічної діяльності, мета яких полягає у створенні доданої вартості та робочих місць завдяки культурному (мистецькому) та/або креативному вираженню [3].

Кембриджський словник креативні індустрії описує, як «галузь, яка базується на роботі, в якій важливі оригінальні ідеї, наприклад, робота в мистецтві чи медіа, розробка комп'ютерного програмного забезпечення тощо» [4]. Згідно з Е. Сауседо [5], креативні індустрії розглядають як такі, що ґрунтуються на індивідуальній творчості, навичках і талантах, а також приносять прибуток і створюють робочі місця завдяки створенню та використанню інтелектуальної власності. Відповідно, до креативних індустрій належать реклама, архітектура, мистецтво, дизайн, мода, антикваріат, кіно, інтерактивне програмне забезпечення, музика, образотворче мистецтво, видавнича справа, радіо і телебачення. На думку П. Боккарделлі [6], особливості креативних індустрій полягають у тому, що такі галузі використовуючи індивідуальну креативність, майстерність і талант, створюють потенціал для зростання добробуту і створення робочих місць шляхом розвитку та використання прав інтелектуальної власності.

Креативні індустрії є однією зі сфер економіки та суспільної діяльності, що проявляються у створенні доданої вартості та додаткових робочих місць завдяки творчій діяльності людини, креативності, майстерності та таланту. Таким чином, у найбільш широкому розумінні ККІ – це види діяльності, що походять від індивідуальної творчості, мистецтва й таланту і які посідають потенціал творення матеріальних цінностей і робочих місць через використання інтелектуальної власності.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є розкриття змісту поняття «креативні індустрії» та визначення основних видів діяльності, що відносяться до ККІ у міжнародній практиці; висвітлення особливостей функціонування та розвитку ККІ у республіці Польща.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Варто підкреслити, що креативні індустрії, окрім їх ролі у контексті економіки та використання креативного потенціалу людини, як працівника і як творчої особистості, виступають також об'єктом управління. При цьому управління ККІ має низку особли-

востей, що пов'язані з їх ключовими характеристиками: проявляються як поєднання науки та мистецтва, інновацій та креативності; виступають водночас і сферою економічної діяльності людини, і сферою прояву її креативності.

Креативні індустрії особливо чутливі до ефективності управління, що значно впливає на їх успішність, тому серед актуальних методів управління ККІ виділяють проєктний підхід, заснований на цінностях Agile, зокрема: важливість взаємодії людей, провідна роль продукту, якісна співпраця з замовником, готовність до змін [7]. Окрім цього, використовують метод структуризації проєктів: побудова дерева цілей на засадах SMART, календаря етапів проєкту (на основі графіків Ганта); проведення SWOT-аналізу; побудова матриці відповідальності тощо [8].

Важливу роль в управлінні креативними індустріями виконує публічне управління, що полягає в реалізації наступних аспектів [9]: розробка нормативно-правових документів, що регулюють функціонування та розвиток ККІ; розробка документів концептуального та стратегічного характерів, що дозволяють встановити суть та вектори розвитку ККІ; забезпечення державної підтримки розвитку ККІ; створення державних установ, діяльність яких спрямована на сприяння творенню системи креативності в державі тощо.

На практиці управління ККІ здійснюється з використанням методів креативного менеджменту. Враховуючи те, що усі сфери ККІ спрямовані на вироблення особливого продукту на основі творчості людини, важливим при цьому є генерування креативних ідей, їх оцінювання і раціональний відбір, що дає змогу приймати ефективні рішення. Так, забезпечується формування креативного середовища, розвиток творчого потенціалу працівників, стимулювання їх творчої активності [10; 11]. При цьому, ККІ вирізняються від інших галузей особливим функціонуванням системи маркетинг-менеджменту, яка забезпечує управління ринковою діяльністю у межах креативних індустрій, а також використання методів, засобів, принципів та інших інструментів маркетингу з метою забезпечення повноцінного розвитку креативних індустрій та збільшення їх прибутковості [9]. Маркетинг-менеджмент ККІ характеризується оптимальним поєднанням класичних, універсальних (соціально-етичний, холістичний, латеральний маркетинг) та креативних підходів (4C: customer, cost, convenience, communications, маркетинг

вражень, нейромаркетинг), нестандартних та сміливих рішень, що дає змогу організаціям креативної сфери досягати ринкових цілей. Також важливо розуміти, що, як і у будь-якій іншій галузі, успішність ККІ залежить від ефективної взаємодії зі споживачами, клієнтами, тому використання маркетинг-менеджменту у даному аспекті є найбільш актуальним [12].

Уніфікації розвитку ККІ у різних країнах світу сприяють міжнародні організації та міжнародні стандарти і документи, які регулюють діяльність у сфері ККІ. Насамперед, це угоди, що регулюють міжнародну торгівлю товарами і послугами, які є продуктом інтелектуальної власності. Так, міжнародне управління ККІ здійснюється за участі спеціальних організацій, що функціонують під егідою ООН, а саме – UNESCO та UNCTAD. В обов'язки UNESCO входить сприяння зміцненню культурних галузей на міжнародному рівні, що реалізується через заохочення обміну знаннями, розбудову потенціалу, належну практику взаємодії та наставництво між членами. Відповідно, дана організація сприяє зростанню культурного розмаїття, що дає можливість розвивати креативні індустрії в різних частинах світу. UNCTAD, Конференція ООН з питання торгівлі і розвитку, просуває низку міжнародних дій у сфері креативних індустрій, тим самим забезпечуючи їх розвиток на глобальному рівні [11]. Ці організації визначають, що саме являють собою креативні індустрії та які саме галузі до них належать, чому підпорядковується законодавство низки держав, що, у свою чергу, надає можливість уніфікувати підходи до виділення креативних індустрій в економіці держав світу [12].

Зокрема, згідно з UNCTAD, до ККІ належать галузі, наведені на рис. 1 [13].

Зазначимо, що наразі креативні індустрії поступово розвиваються у багатьох країнах світу, чому сприяє сучасна глобалізація та розширення зв'язків між державами, завдяки чому креативні індустрії сприяють також і зростанню їх позицій на міжнародному рівні. Зокрема, креативні індустрії є важливою складовою ВВП багатьох держав світу. Так, частка ККІ у ВВП США складає приблизно 11%, у ВВП Австралії – 10%, Угорщини – 6,5%, Великобританії – 5,6%. Однією з країн, у якій цей показник зростає особливо стрімкими темпами, є Польща (рис. 2) [14].

Якщо у 2010 році частка креативних індустрій складала лише 4%, то у 2018 – вже 6,3%, і досі продовжує зростати. Відповідно, на сьогодні Польща поступово розвиває

| Культурна спадщина:   | Мистецтво:   | Медіа:  | Функціональний креатив:  |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○ традиційна культура (ремесла, фестивалі);</li> <li>○ культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки тощо);</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ образотворче мистецтво (скульптура, малювання та ін.);</li> <li>○ виконавче мистецтво (вокал, драматичне мистецтво);</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ публікації та видавництво;</li> <li>○ аудіовізуальні твори (фільми, телебачення);</li> <li>○ нові медіа (цифровий контент, відеоігри та ін.);</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ дизайн (архітектура);</li> <li>○ креативні послуги (використання елементів креативу в рекламі, маркетингу тощо).</li> </ul> |

Рис. 1. Основні галузі креативних індустрій згідно з UNCTAD

Джерело: розроблено авторами на основі [13]

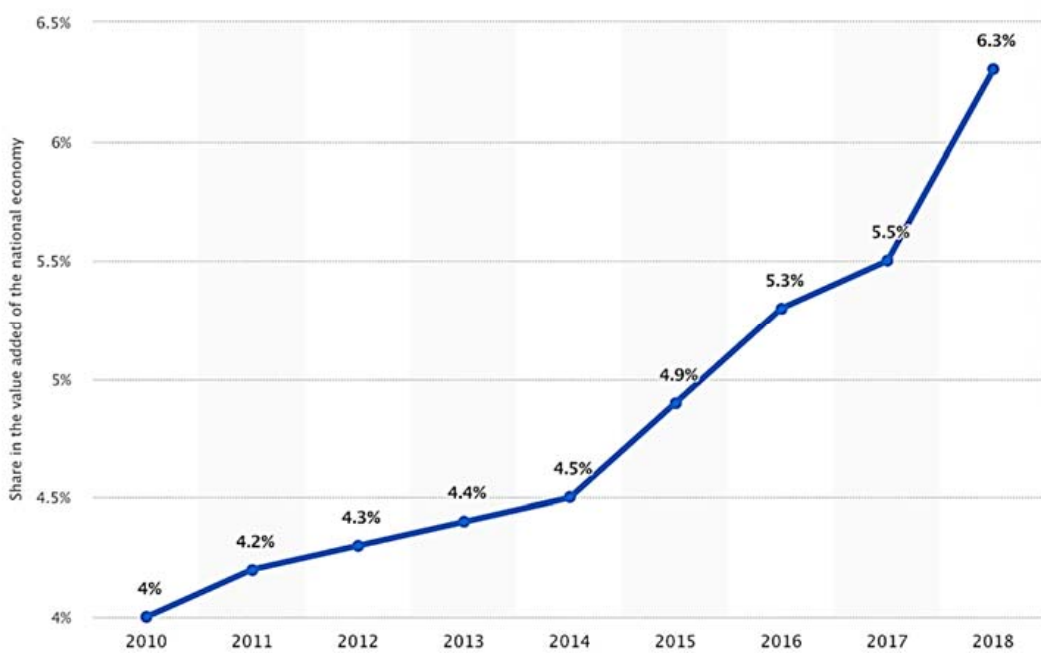


Рис. 2. Динаміка зростання частки ККІ у ВВП Польщі, 2010–2017 рр.

Джерело: вилучено з [14]

сферу ККІ у якості окремого складника економіки, що сприяє економічному розвитку держави і забезпечує її стійкі позиції на глобальному ринку.

Польща – країна з довгою та цікавою історією, завдяки чому протягом сотень років сформувалась величезна сукупність об'єктів культурної спадщини. Відповідно, станом на 2024 р. Польща – країна, що має низку унікальних особливостей культури, які визначають розвиток креативних індустрій, і, разом

з тим, країна, яка поступово стає все більш прогресивною, тому зростає роль інновацій у даній сфері.

У Польщі існує власний підхід до класифікації ККІ. В економічній системі країни, згідно зі Статистичним управлінням Польщі [15], представлені: архітектура та дизайн інтер'єру; видавнича діяльність; національна спадщина, бібліотеки, архіви; художня освіта; мода та промисловий дизайн; кіновиробництво та телебачення; радіо- та музичне виробни-

цтво; програмування; реклама та пов'язані з нею види діяльності; художнє ремесло; виконавське мистецтво; образотворче мистецтво (рис. 3).

Важливою галуззю ККІ Польщі є культурна спадщина, до якої відносять польські щорічні фестивалі; народні ремесла (розпис, скульптура та різьблення по дереву); культурні пам'ятки та музеї. До образотворчого мистецтва відносять доробок класичних та сучасних митців. Виконавське мистецтво представлене музичною індустрією та театром [16]. Кіноіндустрія у країні перебуває на етапі становлення і характеризується приділенням уваги історичним темам та національній ідентичності. Телебачення (традиційне та онлайн-формату) слугує важливою сферою ККІ, що спрямована насамперед на внутрішнього споживача – це новинний, розважальний і пізнавальний контент. Активно розвивається у Польщі видавнича діяльність, що охоплює ЗМІ та виробництво поліграфічної продукції, зокрема книг. Фазу розвитку переживає виробництво відео-ігор, яка розпочалася серією ігор «Відьмак», що стали широко відомі у всьому світі. Реклама і маркетинг виступають традиційною сферою комерційної діяльності, яка відіграє важливу роль у структурі економіки та забезпечує розвиток ринку [17; 18].

Важливим аспектом розвитку ККІ у Польщі є їх значна підтримка з боку держави та між-

народних організацій. Зокрема, на офіційному сайті ЮНЕСКО у 2020 році було опубліковано проєкт під назвою «Пакет для креативних індустрій», що є однією зі складових «Стратегії відповідального розвитку», що, у свою чергу, є пріоритетною для державної політики Польщі [19]. Даний проєкт передбачає всебічну підтримку та сприяння розвитку креативних індустрій країни через: грантову програму Міністерства культури і національної спадщини Польщі «Розвиток креативних індустрій» (підтримка освітньої діяльності, експорту продуктів ККІ); Закон «Про фінансову підтримку аудіовізуального виробництва», за яким продюсери художніх, анімаційних, документальних фільмів та серіалів мають право претендувати на грошову компенсацію у розмірі 30%; Закон «Про телебачення і радіомовлення»; Закон «Про охорону та догляд за історичними пам'ятками»; Закон «Про свободу економічної діяльності»; розробку закону про підтримку виробництва культурних відеоігор; кредитні гарантії BGK/EFI тощо.

**Висновки.** Наразі креативні індустрії являють собою особливі види економічної діяльності, спрямовані на створення доданої вартості, а також робочих місць, завдяки культурному або креативному вираженню, а продукти та послуги таких галузей слугують наслідком індивідуальної творчості та таланту. На сьогодні креативні індустрії слу-



Рис. 3. Основні галузі креативних індустрій республіки Польща

Джерело: розроблено авторами на основі [15]



гують особливим об'єктом управління, у тому числі з боку держави та міжнародних організацій. Окрім цього, розвиток креативних індустрій відіграє провідну роль у структурі економіки багатьох держав світу, надаючи можливість виробляти креативний продукт

та послуги, а також забезпечувати розвиток інших суміжних сфер. Можна стверджувати, що креативні індустрії є основним стратегічним вектором розвитку багатьох країн світу, що, у свою чергу, позитивно впливає на національні та глобальний економічний розвиток.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск № 14. С. 151–157.
2. Жулід Ю. О. Креативні індустрії в ЄС. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32612572.pdf> (дата звернення: 05.01.2024).
3. Закон України «Про культуру». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (дата звернення: 07.01.2024).
4. Creative industry. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/creative-industry> (дата звернення: 09.01.2024).
5. Saucedo E. H. Main theoretical approaches of the creative industries: from a meta-analytical orientation. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*. 2022. № 34.
6. Voccaredelli P. Creative Industries. URL: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2\\_758-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2_758-1) (дата звернення: 06.01.2024).
7. Ситницький М. В., Горбась І. М. Управлінські інновації у сфері креативних індустрій. Креативність, підприємство, інновації: управлінські та освітні тренди майбутнього: праці Міжнародної науково-практичної конференції IMPULSE 2021 (16-17 червня 2021 р.) / за редакцією Ярмош О. В., Дудневої Ю. Е., Нестеренко Р. О. Харків : Видавництво «Точка», 2021. С.60–64.
8. Горбась, І., & Павлюк, В. (2021) Управління арт-проектами у кіноіндустрії. *Економіка та суспільство*, (24). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-36> (дата звернення: 07.01.2024).
9. Дробахіна Т. О. Креативні індустрії як об'єкт публічного управління: підходи до визначення і типологізації. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2022. № 4. С. 203–209
10. Пащенко О. П. Креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 17. С. 406–410.
11. Креативне мислення [Creative Thinking] : навч. посіб. / М. В. Ситницький, О. І. Жилінська, С. В. Руденко, І. М. Горбась, В. І. Вялкова ; за ред. М. В. Ситницького. Київ : Національний центр розвитку креативного підприємства КНУ ім. Т. Шевченка, Видавництво Ліра-К, 2020. 100 с.
12. Маркетинг-менеджмент. URL: <https://livingfo.com/marketynh-menedzhment> (дата звернення: 10.01.2024).
13. Маркетинг креативних індустрій: сучасні напрямки розвитку. URL: <http://ujae.org.ua/marketyng-kreatyvnyh-industrij-suchasni-napryamy-rozvytku/> (дата звернення: 10.01.2024).
14. Share of the creative economy in the value added of the national economy in Poland from 2010 to 2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/1154000/poland-share-of-the-creative-economy-in-the-value-added-of-the-national-economy/> (дата звернення: 12.01.2024).
15. Диндар А. С. Позиції культурно-креативної індустрії в економіці ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. № 1. 2019. С. 53–59
16. Parkhomenko N. O. Trends of development of creative economy in the world. *Економіка і суспільство*. № 13. 2017. С. 113–117
17. Приходько В. О., Єгорова О. О., Джуган О. В. Досвід ЄС у розвитку креативної економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. № 24. Ч. 3. 2019. С. 48–52
18. The Creative Services Sector in Polish Cities. URL: <https://www.mdpi.com/2199-8531/8/1/17> (дата звернення: 12.01.2024).
19. The strategic project called "Creative Industries Package". URL: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/strategic-project-called-creative> (дата звернення: 12.01.2024).

#### REFERENCES:

1. Kholodnytska A. V. (2018) Aktualni tendentsii rozvytku kreatyvnykh industrii v Ukraini v umovakh hlobalizatsii [Current trends in the development of creative industries in Ukraine in the context of globalisation]. *Економіка і суспільство – Economy and society*, vol. 14, pp. 151–157.

2. Zhulid Yu. O. Kreatyvni industrii v YeS [Creative industries in the EU]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32612572.pdf> (accessed January 5, 2024).
3. Verkhovna Rada Ukrainy. Zakon Ukrainy «Pro kulturu» [The Law of Ukraine "On Culture"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (accessed January 5, 2024)
4. Creative industry. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/creative-industry> (accessed January 9, 2024)
5. Saucedo E. H. (2022) Main theoretical approaches of the creative industries: from a meta-analytical orientation. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*. vol.34.
6. Boccadelli P. Creative Industries. URL: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2\\_758-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2_758-1) (accessed January 6, 2024).
7. Sytnytskyi M. V. & Horbas I. M. (2021) Upravlinski innovatsii u sferi kreatyvnykh industrii [Management innovations in the creative industries]. *Kreatyvnist, pidpriemnytstvo, innovatsii: upravlinski ta osvichni trendy maibutnoho: IMPULSE 2021* (16–17 chervnia 2021 r.): Yarmosh O. V., Dudnievoi Yu. E., Nesterenko R. O. Kharkiv : Vydavnytstvo «Tochka», pp. 60–64. (in Ukrainian)
8. Horbas I., & Pavliuk V. (2021) Upravlinnia art-proektamy u kinoindustrii [Art project management in the film industry]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*. vol.24. (accessed January 7, 2024).
9. Drobakhina T. O. (2022) Kreatyvni industrii yak ob'iekt publichnoho upravlinnia: pidkhody do vyznachennia i typolohizatsii [Creative industries as an object of public administration: approaches to definition and typology]. *Dniprovskiyi naukovyi chasopys publichnoho upravlinnia, psykholohii, prava – Dnipro Scientific Journal of Public Administration, Psychology, Law*, vol. 4, pp. 203–209
10. Pashchenko O. P. (2017) Kreatyvnyi menedzhment yak faktor uspishnosti suchasnoho biznesu [Creative management as a factor in the success of modern business]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy – Economics and business management*, vol. 1, pp. 406–410
11. Sytnytskyi M. V., Zhylinska O. I., Rudenko S. V., Horbas I. M., Vialkova V. I. (2020). *Kreatyvne myslennia* [Creative Thinking]. Kyiv: Lira-K, 100 p. (in Ukrainian)
12. Marketynh-menedzhment [Marketing management]. URL: <https://livingfo.com/marketynh-menedzhment/> (accessed January 10, 2024).
13. Marketynh kreatyvnykh industrii: suchasni napriamky rozvytku [Marketing of creative industries: current trends in development]. URL: <http://ujae.org.ua/marketyng-kreatyvnykh-industrij-suchasni-napriamy-rozvytku/> (accessed January 10, 2024).
14. Share of the creative economy in the value added of the national economy in Poland from 2010 to 2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/1154000/poland-share-of-the-creative-economy-in-the-value-added-of-the-national-economy/> (accessed January 12, 2024).
15. Dyndar A. S. (2019) Pozytsii kulturno-kreatyvnoi industrii v ekonomitsi YeS [The position of the cultural and creative industry in the EU economy]. *Investytsii: praktyka ta dosvid - Investments: practice and experience*, vol. 1, pp. 53–59.
16. Parkhomenko N. O. (2017) Trends of development of creative economy in the world. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, vol. 13, pp. 113–117
17. Prykhodko V. O., Yehorova O. O. & Dzhuhan O. V. (2019) Dosvid YeS u rozvytku kreatyvnoi ekonomiky [EU experience in the development of the creative economy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu – Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, vol. 24(3), pp. 48–52
18. The Creative Services Sector in Polish Cities. URL: <https://www.mdpi.com/2199-8531/8/1/17> (accessed January 12, 2024).
19. The strategic project called "Creative Industries Package". URL: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/strategic-project-called-creative> (accessed January 12, 2024).