

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО  
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИСУТНІСНА ПРИРОДА І КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИTHE ESSENTIAL NATURE AND KEY CHARACTERISTICS  
OF THE CREATIVE ECONOMY

Стаття присвячена систематизації теоретичної проблематики креативної економіки та їх ключових характеристик. Акцентовано, що креативна економіка, з точки зору впливу інтелектуального капіталу та інвестицій у людський капітал на динаміку конкурентного розвитку національних економік, є найвищою формою розвитку нової економіки, здатною виробляти креативні продукти з понад 50%-ною питою вагою творчого компоненту у їх нематеріальній вартості. Інноваційно-технологічна парадигма креативної економіки визначається через прискорену динамізацію світового технологічного прогресу, за якої виробництво, перетворюючись на майданчик технологічного застосування та безперервний потік інноваційних розробок, висуває в число пріоритетних чинників світогосподарського розвитку науку та освіту. В статті підкреслено культурну парадигму теоретичного дизайну креативної економіки, що характеризується багатоаспектністю культурного явища дає змогу суттєво розширити методологічні уявлення про природу і рушійні сили креативного виробництва на основі включення до нього економічної діяльності, яка виходить за межі власне мистецької сфери.

**Ключові слова:** креативність, креативна діяльність, креативна економіка, культурні події, міжнародні конкурентні переваги.

The article is devoted to the systematization of theoretical problems of the creative economy and their key characteristics. It is emphasized that the creative economy, from the point of view of the influence of intellectual capital and investments in human capital on the dynamics of competitive development of national economies, is the highest form of development of the new economy, capable of producing creative products with more than 50% of the specific weight of the creative component in their intangible value. The innovation-technological paradigm of the creative economy is determined by the accelerated dynamization of global technological progress, in which production, turning into a platform for technological application and a continuous flow of innovative developments, puts science and education among the priority factors of global economic development. As international practice shows, it is precisely the cultural aspect of the creation of economic activity that is the most difficult to understand, since in the cultural sphere, as in no other, the prevailing concepts in most cases require the greatest adjustments in order to adequately reflect the specific methods of organization and development of the economic system of society, presented in products of material and spiritual labor, the system of social norms and institutions, as well as the attitude of individuals to nature, to each other and to themselves. The article emphasizes the cultural paradigm of the theoretical design of the creative economy, which is characterized by the multifacetedness of the cultural phenomenon, which makes it possible to significantly expand the methodological ideas about the nature and driving forces of creative production based on the inclusion of economic activity that goes beyond the artistic sphere itself. The fundamental transformations that the world economic system has undergone in recent decades include radical changes in the nature and forms of organization of economic activity with the loss of traditional reproductive factors of production of their leading role in the competitive development of companies, states and entire regions. Under such conditions, their maintenance of high competitive positions on the market is decisively determined by creative resources, which, although they cannot be evaluated in traditional value categories, are actively introduced into the process of social reproduction based on the generation of new creative ideas by economic entities and their large-scale market commercialization.

**Key words:** creativity, creative activity, creative economy, cultural events, international competitive advantages.

УДК 339.137.2:339.9-026.15

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.86-14>

**Вербицька О.О.**

аспірантка кафедри міжнародного обліку і аудиту, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

**Verbytska Olena**

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

**Постановка проблеми.** Основними драйверами розбудови постіндустріального суспільства є виробництво усезростаючих мас інформації, її безперешкодний транскордонний рух та динамічне поширення засобів масової комунікації з випереджальним нарощуванням капіталізації сервісного сегмента економіки порівняно із сектором індустріальним.

Якщо ж заглибитись у сутність проблеми креативізації економіки, то можна зробити такий висновок: будь-який вид послуг завжди є продуктом креативної діяльності з єдиною лише відмінністю щодо рівня вияву творчих здібностей надавача

того чи іншого виду сервісів. Так от: якщо в індустріальну епоху послуги існували лише у період їх надання і були пов'язані з витратами праці та часу їх продуцентів, то у постіндустріальну – часові горизонти сервісного обслуговування суттєво розширюються. Тож вирішальним чинником переходу світового суспільства до креативної економіки є можливість необмеженого глобального тиражування одного разу наданої послуги як продукту творчої діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ключові методологічні засади сутнісного визначення креативної економіки у рамках її інформацій-

ної парадигми були також доволі вдало розвинуті відомим американським соціологом і публіцистом Д. Беллом [1]. Основний свій дослідницький інтерес він акцентує на проблематиці структурних змін національних економік держав у бік експансії виробництва послуг та інформації, яка, на переконання Д. Белла, є головною ознакою постіндустріального суспільства. Глибоке теоретичне розроблення проблематики, пов'язаної з обґрунтуванням сутнісної природи і ключових характеристик креативної економіки, містять також праці американського футуролога Е. Тоффлера [2]. Що стосується *інноваційно-технологічної парадигми креативної економіки*, то вона багато десятиліть є одним з центральних об'єктів досліджень різних шкіл і напрямів світової економічної думки та знайшла найглибшого розроблення у працях Дж. Гелбрейта, П. Дракера, Е. Еміля, Г. Мюрдаля, Ф. Перру, М. Портера, Е. Фесера, А. Хіршмана, Й. Шумпетера та багатьох інших учених. Комплексне узагальнення наукових праць зазначених учених дає підстави зробити висновок про їх базування на теорії технологічного поступу суспільства як методологічної основи розкриття передумов і рушійних сил розвитку креативної економіки, а також пояснення факторів, закономірностей, результатів і домінуючих тенденцій у цій царині. Однак, ряд аспектів цієї багатогранної проблеми потребують уточнення, зокрема систематизація теоретичної проблематики креативної економіки та їх ключових характеристик.

**Мета статті:** уточнити сутнісну природу та ключові характеристики креативної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Звернімо увагу на те, що інноваційно-технологічна парадигма креативної економіки зароджується й активно розвивається саме у період розгортання другої науково-технічної революції, котра дала старт системній автоматизації і комп'ютеризації промислового виробництва, інтеграції національних економік до транснаціональних виробничих і збутових мереж, їх масштабній технологічній кластеризації, поглибленню міжнародної науково-технічної кооперації та масовій підготовці освічених і висококваліфікованих фахівців. Ні для кого не секрет, що саме поява принципово нових видів економічної діяльності, її системна інтелектуалізація та сайєнтифікація, дедалі більше набуття процесом праці креативного характеру об'єктивно вимагають від сучасних працівників високого рівня кваліфікації, освітньої та професійної підготовки, а також здатності до безперервного самовдосконалення і навчання упродовж життя.

Вважаємо, що при розкритті інноваційно-технологічної парадигми креативної економіки важливо спиратись як на всезагальний принцип диференціації функцій науки (гносеологічна, світоглядна, прогностична, культурна (просвітницька), соці-

альна), так і комплексний та функціональний підходи до дослідження технологічних трансформацій суспільства. При цьому домінуючого значення набуває системний аналіз технологій перетворення матеріалів у кінцевий продукт, необхідних для цього обладнання та машин, засобів контролю та управління ними, а також контингентів робочої сили та методів організації інноваційної праці. Зокрема, ще Й. Шумпетер, відкинувши неокласичне трактування економічного розвитку як поступового і лінійного процесу, у далекому 1942 р. запроваджує у науковий обіг поняття «творча деструкція». Її сутнісний зміст полягає, на думку ученого, в інноватизації виробничих процесів, здатній перевести їх на якісно вищий щабель розвитку завдяки внутрішній революції економічних структур, безперервному знищенню застарілих їх структурних компонентів та запровадженню якісно нових.

У своїх працях Й. Шумпетер переконливо доводить, що головними рушійними силами конкурентного розвитку держав є опанування ними принципово новими технологічними розробками та створення сприятливого середовища для їх масової ринкової комерціалізації [3; 4]. Водночас не можна не погодитись з виокремленим ученим таких суспільних наслідків реалізації радикальних інноваційних розробок як: наростання асиметрій у рівні прибутку підприємців-інноваторів та решти економічних суб'єктів, формування у структурі економіки якісно нових її секторів та інтенсифікація у них процесів капіталістичного нагромадження. Наголосимо, що наукові ідеї Й. Шумпетера не втрачають своєї актуальності і сьогодні, оскільки потужним рушієм глобального економічного розвитку є саме креативізація економічної діяльності, яка охоплює на сьогодні не тільки власне соціально-економічні процеси, але й технологічний поступ суспільства та питання інтелектуальної власності. Вона ж забезпечує диверсифікацію джерел доходів економічних суб'єктів різних країн, створення нових робочих місць та нарощування національних експортних доходів, сприяючи у такий спосіб суспільній інклюзії та соціокультурній багатоманітності сучасного світу.

Ще один розробник інноваційно-технологічної парадигми креативної економіки Дж. Гелбрейт у своїй праці «Нове індустріальне суспільство» [5] наголошує на визначальній ролі у світовому суспільному прогресі технологічних розробок та проривних інновацій, здатних у докорінний спосіб трансформувати економічну систему глобального суспільства та її головні інститути. Йдеться насамперед про прискорену динамізацію світового технологічного прогресу, за якої виробництво, перетворюючись на майданчик технологічного застосування та безперервний потік інноваційних розробок, висуває в число пріоритетних чинни-

ків світогосподарського розвитку науку та освіту. Відтак – лише людина, озброєна передовими знаннями та здатна до креативної діяльності, є, на думку Дж. Гелбрейта, головним ресурсом глобальної виробничої системи та потужним рушієм її переведення на якісно вищий щабель розвитку.

Конструктивною ідеєю ученого, з позицій сучасності, є також здійснена ним характеристика технологічної структури суспільства, яка в умовах інноваційного прогресу розпадається щонайменше на два великих структурних сегменти, котрі відіграють принципово різні ролі у фінансово-господарській діяльності компаній і фірм корпоративного сектору. З одного боку, це сегмент інженерно-технічних фахівців як безпосередніх суб'єктів інноваційних процесів; а з другого – управлінські кадри, котрі забезпечують комерціалізацію науково-технічних розробок в інтересах великого капіталу та присвоєння ним глобальної інтелектуальної ренти. Як бачимо, Дж. Гелбрейт впритул наблизився до системного розуміння сутності креативізації економічної діяльності на рівні класової структури суспільства.

У комплексному аналізі інноваційно-технологічної парадигми креативної економіки не можемо оминати увагою творчий доробок американського економіста П. Дракера, який вже у 1970-х роках стає активним дослідником процесів постіндустріалізації світової економічної системи. Як один з найвидатніших фундаторів сучасної теорії менеджменту, учений розглядає дані процеси через призму трансформаційних змін, яких зазнає традиційна капіталістична система за умов розбудови знаннєвого суспільства. На думку П. Дракера, знання, справляючи визначальний вплив на продуктивність праці суб'єктів господарювання, спричиняють «розмивання» інституту приватної власності на засоби виробництва [6], докорінну революцію у сфері управління компаніями і фірмами, а також перехід виробничої системи суспільства до масштабного використання креативних й інтелектуальних навиків робочої сили.

На новий теоретичний рівень проблематику креативної економіки у рамках її інноваційно-технологічної парадигми було піднесено у *теорії нової економіки (чи неоекономіки, англ. – new ecomoty)*. Вона ґрунтується, як ми знаємо, на домінуванні у суспільному відтворенні нематеріальних активів (тобто інформації, знань, послуг тощо) над активами матеріальними, відбиваючи за своєю природою сучасний етап світогосподарського розвитку з такими ключовими його рушійними силами як: поширення інформаційних технологій та системна інноватизація виробничих процесів. Звернімо увагу на те, що вперше категорія «нова економіка» була запроваджена у науковий обіг для характеристики тих трансформаційних змін, яких зазнала економіка Сполучених Штатів Аме-

рики у період активного розгортання з початку 1960-х років другої науково-технічної революції, пов'язаної з виникненням комп'ютерної техніки та динамічним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Як підкреслює з цього приводу У. Демінг, формування у США нової економіки базується на впроваджуваних фірмами інноваційних розробках та постійному підвищенні кваліфікації робочої сили як головних чинників виживання підприємницьких і бізнес-структур у нових економічних умовах [7, с. 3].

Свою чергою, Дж. Стігліц наводить такі головні характеристики нової економіки як: зростання продуктивності суспільної праці, впровадження якісно нових способів ведення бізнес-діяльності, динамічне поширення інформаційно-комунікаційних технологій, масштабна дифузія знань та інновацій [8, с. 594]. Водночас М. Кастельс наголошує на надважливій ролі у розбудові нової економіки інновацій, духу підприємництва, індивідуалізму праці, міжфірмових і внутрішньокорпоративних горизонтальних мережевих взаємовідносин, зростання ролі технологічного трансферу й інформаційних технологій, котрі у своїй сукупності спричиняють не тільки зменшення ролі географічних чинників локалізації ресурсів, ринків та інформації, але й глибокі структурні зміни бізнес-процесів у бік нарощування масштабів гнучкого кастомізованого виробництва [9].

Що ж стосується методологічного взаємозв'язку між новою та креативною економікою, то він лежить, на нашу думку, у площині високотехнологічної економічної діяльності. Остання, потребуючи для свого розвитку принципово нових технологій та проривних знань за пріоритетними напрямками науково-технологічного прогресу, об'єктивно спонукає бізнесовий та підприємницький сектори до всебічного розвитку креативного потенціалу своїх працівників з переходом (як наголошує Дж. Хуей) засобів виробництва від фізичного (матеріального) до «людського» формату [10, с. 36–37]. Інакше кажучи, креативна економіка, з точки зору впливу інтелектуального капіталу та інвестицій у людський капітал на динаміку конкурентного розвитку національних економік, є *найвищою формою розвитку нової економіки*, здатною виробляти креативні продукти з понад 50%-ною питомою вагою творчого компоненту у їх нематеріальній вартості [11, с. 53].

Ще одним перспективним напрямом дослідження креативної економіки у рамках її інноваційно-технологічної парадигми є наукові праці новозеландського економіста Дж. Поттса [12, с. 663–673], який розробив цілісну модель еволюційного розвитку креативних індустрій. Останні в авторській інтерпретації кваліфікуються в якості головних детермінантів структурної диверсифікації сервісної економіки як невід'ємного компо-

нента національних інноваційних систем. Методологічна цінність теоретичних розробок Дж. Поттса пов'язана також з обґрунтуванням ученим ключової ролі креативної економіки у нарощуванні ринкового попиту на новизну, динамізації розвитку соціальних технологій у взаємодії виробників та споживачів, а також впровадженні нових технологій як інститутів. Таким чином, включення Дж. Поттсом креативної економіки у шумпетеріанську модель економічної еволюції дала змогу заповнити помітну методологічну прогалину у дослідженнях соціальних технологій, а також ідентифікувати ключові чинники зародження, впровадження та утримання інновацій.

Нарешті, характеризуючи *культурну парадигму теоретичного дизайну креативної економіки*, слід відзначити, що у сучасній західній традиції концепція креативності як багатоаспектного і надзвичайно складного культурного явища дає змогу суттєво розширити методологічні уявлення про природу і рушійні сили креативного виробництва на основі включення до нього економічної діяльності, яка виходить за межі власне мистецької сфери. Йдеться насамперед про трактування креативності як вдалого комбінування ідей з метою ефективного вирішення конкретних економічних завдань за умов обмеженості ресурсної бази та високої турбулентності зовнішнього середовища бізнес-діяльності. На нашу думку, культурний аспект креативізації економіки демонструє найбільш глибоку ув'язку з раціоналізацією поведінки економічних суб'єктів на основі наукових знань та їх відхід від поведінкових моделей, базованих на традиціях.

Більше того, культурна парадигма теоретичного дизайну креативної економіки виходить далеко за рамки технологічного детермінізму та ґрунтується, з одного боку, на прискоренні процесу формування людського капіталу, а з другого – на методологічних засновках концепцій економіки культури та культурних індустрій. Як свідчить міжнародна практика, саме культурний аспект креативізації економічної діяльності є найбільш складним для розуміння, оскільки у культурній сфері, як у жодній іншій, пануючі концепції у більшості випадків потребують найбільших коригувань з метою адекватного відображення специфічних способів організації та розвитку економічної системи суспільства, представлених у продуктах матеріальної і духовної праці, системі соціальних норм та інститутів, а також відношенні індивідуумів до природи, один до одного та до самих себе. Інакше кажучи, саме у понятті культури можуть бути зафіксовані як загальні відмінності креативної діяльності від традиційних форм фінансово-господарських операцій, так і якісні характеристики, притаманні історично-конкретним формам креативної економіки на різних етапах її еволюційного розвитку.

Звернімо увагу на те, що хоча основи культурного контексту економічної діяльності були закладені ще у класичних теоріях політичної економії А. Сміта та Д. Рікардо, піонерні дослідження культурного виміру креативної діяльності знаходимо у працях видатного німецького соціолога і філософа М. Вебера. Важливим методологічним інструментом ученого є, як відомо, ідентифікація ним ідеальних типів соціальної поведінки. Виокремивши чотири їх типи – ціле-раціональний, ціннісно-раціональний, афективний і традиційний – М. Вебер наголошує на домінуванні у різних типах суспільств принципово відмінних орієнтаційних типів соціальної поведінки. У той час як традиційні суспільства характеризуються, на думку ученого, переважно традиційним й афективним типом орієнтації дій, то індустріальне – ціннісно-раціональним та ціле-раціональним з наростаючою тенденцією щодо посилення ролі останнього. Це набуває свого концентрованого вираження у раціоналізації процесів організації й управління виробництвом, способу людського мислення і способу життя в цілому. Як підкреслює з цього приводу М. Вебер: «Формальна раціональність господарства визначається рівнем технічно можливого і реально застосовуваного ним розрахунку, тоді як матеріальна раціональність характеризується ступенем, у якій постачання життєвих благ певним групам людей здійснюється шляхом економічно орієнтованої соціальної дії та певних ... ціннісних постулатів» [13, с. 256]. Інакше кажучи, у веберівській традиції аналізу культурного контексту економічної діяльності можемо побачити акцентування дослідницького інтересу на питаннях щодо здатності економічних суб'єктів ефективно вирішувати техніко-технологічні задачі та їх схильності створювати якісно нові і життєво необхідні матеріальні об'єкти.

Разом з тим, сам термін «економіка культури» в якості міждисциплінарного напрямку наукових досліджень зароджується, а згодом динамічно поширюється у західному теоретичному дискурсі лише у 1960-х роках. Активний розвиток у цей період приватного бізнесу у культурному виробництві спричиняє наростаючий дослідницький інтерес до питань, присвячених економічним аспектам культурної діяльності та культурному контексту соціально-економічних процесів й економічної поведінки. Так, на основі розроблення авторської моделі «чистої» креативності та її розширеної моделі на основі включення економічних змінних, австралійський дослідник Д. Тросбі кваліфікує креативність як процес вимушеної оптимізації та основа формування цінностей на основі ухвалення раціональних та ірраціональних рішень [14]. Погоджуючись в цілому із загальноновизнаним визначенням сутності культурних товарів, Д. Тросбі зосереджує також значний дослідницький інтерес

на сформованих у суспільстві моделях культурних індустрій, ядром яких є мистецтво у його традиційному розумінні: музика, театр, танці, література, образотворче мистецтво, комп'ютерне і мультимедійне мистецтво, відео-арт та ін.

Своєю чергою, британський учений Д. Хезмондалш, кваліфікуючи змістовну сутність культури, виокремлює таку її базову функцію як продукування «соціальних змістів», тобто іманентних особливим товарам властивостей, економічна вартість яких базується на їх культурній цінності, а не споживчих характеристик. На основі глибокого аналізу трансформаційних змін, яких зазнали культурні індустрії з 1980-х років, учений розкриває роль культури і мистецтва у світовому суспільному розвитку через призму політичної економії, економіки культури, соціології та соціальної теорії. У своїй праці «Виробництво медіарозваг» учений констатує, що менеджери культурних індустрій з метою підвищення цінності своєї продукції в обов'язковому порядку мають навчитись максимально використовувати людські знання і творчий потенціал [15, с. 15].

У розробленні культурної парадигми теоретичного дизайну креативної економіки на неабияку увагу заслуговує також науковий доробок американського соціолога Р. Петерсона, який розглядає виробничі процеси у сфері культури через призму створення нею певних символічних елементів [16, с. 7–22]. Відмітною рисою його методологічного підходу є також виокремлення ключових елементів символічного виробництва культурних індустрій, до яких віднесено: технології продукування товарів культурного споживання; законодавство та регулювання у сфері їх виробництва і споживання; виробничу й організаційну структуру культурних індустрій; професійну кар'єру виробників товарів культурного споживання, а також ринок даної групи товарів. Наголошується, що усі зазначені елементи перебувають у тісному взаємозв'язку та взаємозалежності, за яких щонайменші зміни в одному з них спричиняють докорінну перебудову усієї системи суспільного виробництва товарів культурного споживання.

Важливо зазначити, що сучасні емпіричні дослідження у царині культурних індустрій значною мірою пов'язані також з важливою методологічною проблематикою щодо формування у суспільстві владних відносин та поглиблення асиметрій соціально-економічного розвитку. Вона репрезентує доволі глибоку конвергенцію фундаментальних та практичних знань у царині політичної економії, організацій, медіа, сфери розваг тощо, котрі у своїй сукупності найбільш повно відбивають сучасну структурну динаміку культурних індустрій.

**Висновки з проведеного дослідження.** Фундаментальні трансформації, яких зазнала світогосподарська система в останні десятиліття,

охоплюють радикальні зміни у характері і формах організації економічної діяльності із втратою традиційними відтворювальними факторами виробництва своєї провідної ролі у конкурентному розвитку компаній, держав і цілих регіонів. За таких умов утримання ними високих конкурентних позицій на ринку вирішальною мірою визначається креативними ресурсами, котрі хоча й не можуть бути оцінені у традиційних вартісних категоріях, однак активно впроваджуються у процес суспільного відтворення на основі генерування економічними суб'єктами нових креативних ідей та їх масштабної ринкової комерціалізації.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Bell D. The Measurement of Knowledge and Technology. Indicators of Social Change: Concepts and Measurements / Ed. by Sheldon E.B., Moore W.E. N.Y.: Russell Sage Foundation, 1968.
2. Toffler A., Toffler H. Revolutionary Wealth: How it will be created and how it will change our lives Taschenbuch. 2007.
3. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers. 1934.
4. Schumpeter J.A. Capitalism, Socialism, and Democracy. New York: Harper & Brothers. 1942.
5. Galbraith J.K. The New Industrial State. Boston. 1967.
6. Drucker P. Post-capitalist society. Butterworth Heinemann. 1993.
7. Лемешко М.О. Нова економіка як системоутворюючий фактор та драйвер розвитку екосистем бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 46. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2048/1978> (дата звернення: 07.02.2024 р.).
8. Castells M. The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture. Malden, MA.: Wiley-Blackwell, 2000. No 1.
9. Stiglitz J. E. The Roaring Nineties. Seeds of Destruction. New York: W.W. Norton & Company, Inc. 2003.
10. Huey J. Waking Up to the New Economy. *Fortune*, 1994. No. 27. P. 36–37.
11. Федулова Л.І. Теоретичні конструкції креативної економіки. *Економічна теорія та право*. 2017. № 4 (31). С. 48–63.
12. Potts J.D. Why creative industries matter to economic evolution. *Economics of Innovation and New Technology*. 2009. № 18 (7–8). P. 663–673.
13. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / Пер. з нім. О. Погорілого. Київ : Наш Формат, 2018.
14. Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge, 2001. 228 p.
15. Hesmondhalgh D. The Production of Media Entertainment. *Mass Media and Society* / ed. by J. Curran and M. Gurevitch. 4th ed. L., 2005. 25 p.
16. Peterson R.A. The Production of Culture: A Prolegomenon. *The Production of Culture*. L.: Sage, 1976. P. 7–22.

**REFERENCES:**

1. Bell, D. (1968) *The Measurement of Knowledge and Technology. Indicators of Social Change: Concepts and Measurements* / Ed. by Sheldon E.B., Moore W.E. N.Y.: Russell Sage Foundation.
2. Toffler A., Toffler H. (2007) *Revolutionary Wealth: How it will be created and how it will change our lives* Taschenbuch.
3. Schumpeter J.A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
4. Schumpeter, J.A. (1942) *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper & Brothers. 1942.
5. Galbraith, J.K. (1967) *The New Industrial State*. Boston.
6. Drucker, P. (1993) *Post-capitalist society*. Butterworth Heinemann.
7. Lemeshko, M. (2022). Nova ekonomika yak systemoutvoriuiuchy faktor ta draiver rozvytku ekosystem biznesu. [The new economy as a system-forming factor and driver of the development of business ecosystems] *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 46. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2048/1978> (accessed 07.02.2024).
8. Castells, M. (2000) *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*. Malden, MA.: Wiley-Blackwell, No 1.
9. Stiglitz, J.E. (2003) *The Roaring Nineties. Seeds of Destruction*. New York: W.W. Norton & Company, Inc..
10. Huey, J. (1994) *Waking Up to the New Economy*. *Fortune*, 1994. No. 27, pp. 36–37.
11. Fedulova L.I. (2017) Teoretychni konstruksii kreatyvnoi ekonomiky [Theoretical constructions of the creative economy]. *Ekonomichna teoriia ta pravo*, no. 4 (31), pp. 48–63 (accessed 07.02.2024)
12. Potts J.D. (2009) *Why creative industries matter to economic evolution*. *Economics of Innovation and New Technology*, no. 18 (7–8), pp. 663–673.
13. Veber M. (2018) *Protestantska etyka i dukh kapitalizmu* [Protestant ethics and the spirit of capitalism]. Kyiv: Nash Format.
14. Throsby, D. (2001) *Economics and Culture*. Cambridge, 228 p.
15. Hesmondhalgh, D. (2005) *The Production of Media Entertainment*. *Mass Media and Society* / ed. by J. Curran and M. Gurevitch. 4th ed. L., 25 p.
16. Peterson, R.A. (1976) *The Production of Culture: A Prolegomenon*. *The Production of Culture*. Lviv: Sage, pp. 7–22.