doi: <https://doi.org/10.33763/finukr2019.06.081>

УДК 338.28

М. І. Дйба

доктор економічних наук, професор, директор Інституту фінансово-банківської аналітики, професор кафедри корпоративних фінансів і контролінгу ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”, Київ, Україна, dyba_m@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2007-9572>

Ю. О. Гернего

кандидат економічних наук, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”, Київ, Україна, iuliagern@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4929-0411>

ПРОЯВИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ДЖЕРЕЛА ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті розглянуто прояви креативної економіки та запропоновано альтернативні джерела її фінансування з огляду на поширення тенденцій діджиталізації. Обґрунтовано, що соціально-економічне зростання в умовах сьогодення можливе лише з урахуванням потенціалу креативних індустрій у контексті розвитку діджитал-економіки. Показано взаємозв'язок креативності й діджиталізації. Зокрема, розкрито погляди зарубіжних учених на первинний зв'язок “підривних технологій” і “творчого руйнування”, роль креативності в діджитал-екосистемі. Досліджено позитивний досвід розвитку креативної економіки в країнах світу, який свідчить про прибутковість цього сектору. Визначено основні тенденції поступу креативної економіки в Україні, наявні можливості й проблеми, котрі великою мірою спричинені не належним фінансовим забезпеченням креативних сфер у нашій країні. Проаналізовано потенціал залучення фінансових ресурсів для потреб креативної економіки з альтернативних джерел. Доведено можливість розв'язання низки проблем і активізації креативної економіки за рахунок популяризації альтернативних інвестицій, практик венчурної філантропії та фільмофілантропії, мезонінного інвестування.

Ключові слова: діджитал-економіка, альтернативні інвестиції, інноваційні фінансові технології, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), діджиталізація суспільства.

Рис. 5. Табл. 1. Літ. 16.

Mykhailo Dyba

Dr. Sc. (Economics), Professor, SHEE “Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman”, Kyiv, Ukraine, dyba_m@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2007-9572>

Iuliia Gernego

Ph. D. (Economics), SHEE “Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman”, Kyiv, Ukraine, iuliagern@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4929-0411>

CREATIVE ECONOMY MANIFESTATIONS AND SOURCES OF ITS FINANCING IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Abstract. The article investigates the manifestations of creative economy and alternative sources of its financing in the context of widespread digitalization. Theoretical and practical approaches to the social and economic growth under the digital economy

© Дйба М. І., Гернего Ю. О., 2019

conditions and in accordance with creativity development are analysed. The social and economic growth of national economy is considered to be connected with the potential of creative industries development nowadays. The connection between creativity and digitalization is emphasized within our research. In particular, the views of foreign scientists on the primary connection between “subversive technologies” and “creative destruction” are considered. The importance of creativity within the digital system is found as the result of previous research of separate social and economic processes and digital phenomena. The authors pay their attention to the positive experience of developing a creative economy in foreign countries, which makes it possible to conclude about the profitability of the creative sector of economy. The main tendencies of creative economy development in Ukraine are determined. The main existing opportunities and problems for creative economy development in Ukraine are identified. The authors emphasise that the main problems which slow creative economy development are largely connected with inappropriate financial support of creative sectors in Ukraine. The potential of attracting financial resources from alternative sources for the creative economy needs is analysed. Particular attention is paid to the possibilities of creative economy problem-solving and its activating, considering alternative financial sources use. In particular, the possibilities of alternative investments, venture philanthropy, film-philanthropy and mezzanine investment popularization are proved. This is especially topical for the designing of recommendations to the ICT and creative economy problems solution in Ukraine.

Keywords: digital economy, alternative investments, innovative financial technologies, information and cognitive technology (ICT), digitalization of society.

JEL classification: G11, G20, I15, I22, O10.

М. И. Дыба

доктор экономических наук, профессор, директор Института финансово-банковской аналитики, профессор кафедры корпоративных финансов и контроллинга ГБУЗ “Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана”, Киев, Украина

Ю. А. Гернего

кандидат экономических наук, доцент кафедры корпоративных финансов и контроллинга ГБУЗ “Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана”, Киев, Украина

ПРОЯВЛЕНИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ И ИСТОЧНИКИ ЕЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрены проявления креативной экономики и предложены альтернативные источники ее финансирования ввиду распространения тенденций диджитализации. Обосновано, что социально-экономический рост в современных условиях возможен только с учетом потенциала креативных индустрий в контексте развития диджитал-экономики. Показана взаимосвязь креативности и диджитализации. В частности, раскрыты взгляды зарубежных ученых на первичную связь “подрывных технологий” и “творческого разрушения”, роль креативности в диджитал-экосистеме. Исследован положительный опыт развития креативной экономики в странах мира, который свидетельствует о прибыльности этого сектора. Определены основные тенденции продвижения креативной экономики в Украине, имеющиеся возможности и проблемы, которые в значительной степени обусловлены ненадлежащим финансовым обеспечением креативных сфер в нашей стране. Проанализирован потенциал привлечения финансовых ресурсов для нужд креативной экономики из альтернативных источников. Доказана возможность решения ряда проблем и активизации креативной экономики за счет популяризации

альтернативных инвестиций, практик венчурной филантропии и фильмофилантропии, мезонинного инвестирования.

Ключевые слова: диджитал-экономика, альтернативные инвестиции, инновационные финансовые технологии, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), диджитализация общества.

Стрімкий поступ сучасного суспільства ґрунтується на диверсифікації знань і навичок, що зумовлює потребу в збалансуванні векторів соціально-економічного розвитку всіх сфер суспільного життя. Зокрема, з метою забезпечення конкурентоспроможності економіки на міжнародних ринках актуалізуються завдання залучення інвестицій, окрім бізнесу та політики, в соціальну сферу, культуру й мистецтво. Водночас збалансований соціально-економічний розвиток виявляється неможливим без урахування тенденцій і пріоритетів діджиталізації. Адже інформаційно-комунікаційні технології (ИКТ) увійшли в усі без винятку сфери суспільного життя, що призвело до пошвидшення інноваційних процесів, підвищення рівня креативності бізнесу й національних економік загалом. З огляду на зазначене необхідно активізувати фінансування креативних інвестицій, диверсифікацію джерел залучення фінансових ресурсів.

Попри прикладний характер проблеми фінансування креативних інвестицій в умовах діджиталізації, окремі аспекти цього питання перебувають у центрі уваги вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків. Аналіз останніх досліджень дає підстави стверджувати, що одним із фундаторів і активних поширювачів ідей креативної економіки у світі є Р. Флорида [1] та його послідовники Ш. Меландер, Б. Асхейм і М. Герлер [2]. Окрім того, розробки методологічних засад оцінки креативної економіки знаходимо в працях Т. Качераускас [3]. Велике значення фактора креативності під час виникнення “підривних інновацій” обґрунтовано в працях Дж. Боуера та К. Крістенсена [4]. Визначальну роль сфер креативної економіки й діджиталізації в соціально-економічному розвитку сучасного суспільства та їх взаємозв’язки підкреслено в доповіді, підготовленій до 50-річчя Римського клубу Е. У. фон Вайцзекером і А. Війкманом [5].

Разом із тим залишається відкритим питання можливості залучення фінансових ресурсів. Вочевидь, забезпечити розвиток креативної економіки в умовах діджиталізації неможливо лише за рахунок самофінансування та державних програм підтримки креативних індустрій. Тому варто звернути увагу на альтернативні джерела фінансових ресурсів. Наприклад, А. Гроссман, С. Апплабай і С. Раймерс розкривають потенціал залучення фінансових ресурсів на основі венчурної філантропії для розвитку креативних навичок та лідерських рис [6]. Експерти міжнародних консалтингових компаній дедалі частіше розглядають перспективи залучення альтернативних інвестицій, у т. ч. SWAG-вкладень, із метою розбудови креативних індустрій [7; 8]. Поступово набувають популярності практики фільмофілантропії й мезонінного фінансування [9; 10].

Метою нашого дослідження є обґрунтування проявів і потреб креативної економіки в умовах діджиталізації, визначення альтернативних джерел фінансування такої економіки та потенціалу їх використання.

Одне з перших обґрунтувань проявів діджиталізації пов'язане із так званими підризними технологіями, які утворюються завдяки “творчому руйнуванню”. На думку авторів концепції “підризних технологій” Дж. Боуера та К. Крістенсена, термін “творче руйнування” асоціюється з поглядами Й. Шумпетера, котрому вдалося надати руйнуванню позитивного значення. Адже за рахунок креативності відбувається руйнування застарілих конструкцій і технологій, натомість у суспільстві відбуваються сприятливі інноваційні трансформації [4].

Описані взаємозв'язки проявів креативної економіки й тенденцій діджиталізації знайшли своє підтвердження також в умовах сучасності. У 2018 р. експерти “PwC Strategy” розробили індекс так званої діджитал-зрілості, відповідно до якого компанії, незалежно від галузі їх функціонування, поділяються на чотири групи: діджитал-новачки, діджитал-послідовники, діджитал-новатори та діджитал-чемпіони. Оцінку виконано крізь призму чотирьох рівнів екосистеми, а саме: рішення для клієнтів, операції, технології, кадри (рис. 1).

Екосистему клієнтських рішень ще називають рівнем бізнес-моделей і споживчих цінностей. У межах цього рівня відбувається впровадження на ринок інноваційних товарів та послуг, що потенційно відповідатимуть потребам споживачів. Адекватність запропонованої продукції зростаючим потребам ринку забезпечується за рахунок персоналізації, кастомізації, поліпшення функціоналу, дизайну й логістики. Цей рівень екосистеми включає зовнішні елементи, використовувані компанією для збільшення доданої вартості. Операційна екосистема враховує ступінь реалізації рішень і результативність ланцюжка створення вартості, а також можливості підтримки екосистеми клієнтських рішень. Окрім того, вона включає розроблення продуктів, планування, аутсорсинг, виробництво, зберігання, логістику та обслуговування.

Технологічна екосистема охоплює ІТ-архітектуру й інтерфейси, цифрові технології та обумовлює впровадження поліпшень і найважливіших досягнень у екосистемі клієнтських рішень, операційної й кадрової екосистем. Технологічна екосистема також враховує потенціал використання штучного інтелекту, 3D-друку, віртуальної реальності та роботів. Підґрунтя кадрової екосистеми становлять організаційні компетенції й культура, тип мислення колективу, рівень креативності, поведінка та джерела професійних знань. Зокрема, доведено, що діджитал-чемпіони приділяють велику увагу саме креативності в контексті побудови інноваційних стратегій свого розвитку [11].

У розвинутих країнах світу креативні індустрії дедалі більше долучаються до формування інноваційних ринків, набувають статусу прибуткового сектору економіки. Зокрема, в Німеччині частка культурних і креативних індустрій у ВВП перебуває на рівні із частками автомобільної промисловості й машинобудування, які належать до найприбутковіших секторів національної економіки. У Польщі, місті Лодзі, реалізується масштабний проект

Рис. 1. Рівні діджитал-екосистеми

Джерело: How industry leaders build integrated operations ecosystems to deliver end-to-end customer solution. Global Digital Operations Study 2018. Digital Champions. PwC, 2018. 63 p. URL: https://www.strategyand.pwc.com/media/file/Global-Digital-Operations-Study_Digital-Champions.pdf.

розвитку арт-інкубатора “Фабрика мистецтв”. У Великобританії щорічні темпи зростання креативних індустрій випереджають аналогічні показники інших сфер економіки [12; 13].

В Україні у 2017 р. у сферах креативної економіки було зайнято близько 2,9 % громадян. Сукупний приріст ВВП за рахунок креативних індустрій становив майже 4,4 %. Зокрема, з-поміж найприбутковіших креативних індустрій виокремлено ІТ-технології, що забезпечили близько 81 млрд грн доходу; архітектуру, дизайн і моду (17 млрд грн); медіа (майже 200 млн грн) [14]. Згідно з результатами досліджень за підтримки Програми ЄС і Східного партнерства “Культура та креативність”, одним із найважливіших факторів розвитку креативної економіки в Україні є потенціал динамічного розвитку

стартапів і наявність висококваліфікованої робочої сили у сфері ІТ. Так, наша країна входить до групи лідерів за аутсорсингом у сфері ІКТ. Високий рівень креативності й кваліфікації фахівців ІТ-сфери забезпечується за рахунок організаційних інновацій. Наприклад, стартапери отримують доступ до ресурсів і коворкінгових платформ на базі інноваційних структур Startup Ukraine, а також інноваційного парку UNIT.City [15]. Отже, вітчизняні креативні індустрії мають значний потенціал розвитку й підвищення прибутковості в умовах діджиталізації.

Водночас є певні проблеми. За результатами опитування представників креативних індустрій в Україні, проведеного в рамках програми “Creative Enterprise Ukraine” у 2017 р., близько 80 % українських підприємців, задіяних у сфері креативної індустрії, взагалі не знають інвесторів та не мають інформації щодо залучення інвестицій (рис. 2). Тобто основною причиною браку інвестицій у креативну економіку України є неналежна обізнаність представників креативного сектору щодо можливих джерел залучення фінансування, механізмів фінансового забезпечення. Крім того, майже 70 % респондентів цільової групи не вміють проводити переговори з інвесторами (рис. 3). Отже, активізація розвитку креативного сектору в Україні в умовах діджиталізації відбудеться в разі залучення альтернативних джерел фінансування.

Як ви оцінюєте наступні бар'єри для залучення інвестицій для вашого бізнесу – як це стосується вашого бізнесу?

Рис. 2. Бар'єри для фінансування креативного сектору в Україні

Джерело: Сениця Н., Поліковська Ю., Воробей В. Потреби підприємців креативної економіки у фінансуванні. Львів : PPV Knowledge Network, 2017. 24 с.

Чи ви плануєте залучати інвестиції
(фінансування в капітал, статутний
фонд) до вашого бізнесу?

Чи ви маєте досвід
залучення інвестицій?

Рис. 3. Досвід залучення інвестицій у креативний сектор в Україні

Джерело: Сениця Н., Поліковська Ю., Воробей В. Потреби підприємців креативної економіки у фінансуванні. Львів: PPV Knowledge Network, 2017. 24 с.

нансування. Проте це можливо за умови належного теоретичного обґрунтування їх механізмів із метою подальшого застосування на практиці.

За своєю природою креативна економіка є людиноцентричною, тобто зосередженою на людині. Тому важливим фактором її розвитку є пошук додаткових ресурсів для фінансування людиноцентричних інновацій, оскільки подібна практика є порівняно новою й доволі ризикованою. Так, у розвинутих країнах світу для фінансування людиноцентричних інновацій використовуються ресурси венчурних філантропів і бізнес-ангелів, орієнтовані на досягнення соціальних цілей за умови високого ризику. Наприклад, у США джерелом венчурного капіталу є приватні благодійні фонди, а в Європі роль венчурного філантропа поряд із приватним сектором у окремих випадках відіграє держава.

Утім, венчурна філантропія є досить новим явищем у міжнародній практиці. Так, у науковому контексті цей термін з'явився в другій половині 1990-х років, коли в журналі "Harvard Business Review" було зроблено спробу поєднати принципи діяльності благодійних фондів із механізмом залучення венчурного капіталу (рис. 4).

Спроби диференціювати механізми фінансування соціальних інвестицій на засадах венчурної філантропії робляться й в умовах сьогодення. Специфіка такого поєднання полягає в упровадженні інструментів і прогресивних технологій венчурного фінансування в некомерційний сектор із метою мінімізації ризиків та максимізації соціального ефекту (рис. 5). Тобто зміст венчурної філантропії фактично полягає в імплементації економічних методів у креативній сфері з метою досягнення довгострокового соціального, а в перспективі й економічного ефектів.

Рис. 4. Підходи до розподілу практик філантропії

Складено за: Grossman A., Applaby S., Reimers S. Venture Philanthropy: Its Evolution and Its Future. *Harvard Business Review*. 2013. No. 9. P. 1–25.

Рис. 5. Принципи досягнення ефекту венчурної філантропії

Складено за: Grossman A., Applaby S., Reimers S. Venture Philanthropy: Its Evolution and Its Future. *Harvard Business Review*. 2013. No. 9. P. 1–25.

Результати досліджень провідних міжнародних консалтингових компаній вказують на поширення у світі альтернативного інвестування у формі застосування нетрадиційних інструментів, котрі забезпечують вкладення в

інвестиційні фонди, що не обмежені традиційними активами (ф'ючерси, венчурний капітал, ETFs тощо), та окремі інвестиційні активи (нерухомість, мистецтво) [16].

Характеристики об'єктів інвестиційної діяльності, котрі передбачають залучення альтернативних інвестицій, є досить диверсифікованими. Приміром, у міжнародній практиці матеріальні активи як об'єкт таких інвестицій ототожнюються зі SWAG (silver, wine, art, gold), а саме вкладанням коштів у дорогоцінні метали (срібло й золото), твори мистецтва, елітні напої та продукти харчування, а також "емоційні вкладення" (предмети розкоші й антикваріат). Відомо, що в окремих випадках SWAG-вкладення здатні забезпечити прибутковість 300–400 % через п'ять років після первинної інвестиції [7; 8]. Отже, в контексті збалансування людського розвитку такі вкладення можуть популяризувати його культурну компоненту, сприяти залученню бізнесу до розвитку культури.

Поряд із альтернативними інвестиціями в міжнародній практиці з'явилася низка інших інноваційних інструментів залучення фінансових ресурсів, що націлені на підтримку людиноцентричного бізнесу. Прикладом такого бізнесу, спрямованого на розвиток культурної компоненти у США, є фільмофілантропія, започаткована Фондацією Сколла. Вона передбачає поєднання кінематографу із соціальним підприємництвом, адвокацією та філантропією, що забезпечило комерційний успіх соціального кіно. Ідея фільмофілантропії полягає у фінансуванні кінематографу соціальної спрямованості та, як результат, поширенні в суспільстві відповідних соціальних ідей і залученні інших представників бізнесу до фінансування культурних ініціатив [9].

Ще одним альтернативним джерелом забезпечення розвитку креативної економіки, що набуває дедалі більшого значення у світі, є мезонінне фінансування (*mezzanine finance*), яке дає можливість поєднати сутнісні характеристики боргового фінансування та прямих інвестицій для задоволення потреб розширеного відтворення (таблиця). Воно може становити цінність для компанії, котра реалізує довгостроковий інвестиційний проект із креа-

Таблиця. Матриця характеристик мезонінного фінансування

Характеристика	Прямі інвестиції	Мезонінне фінансування	Боргове фінансування
Входження інвестора в капітал реципієнта	+	–	–
Вимога застави майна	–	–	+
Боргові зобов'язання	–	+	+
Участь інвестора в прибутку інвестиційного проекту	+	+	–
Перспектива залучення ресурсів на довгостроковій основі	+	+	–

Складено за: Profit Participating Loans. URL: <http://www.mzslaw.com/financial-professionals/financing-of-companies/profitparticipating-loans.html>; Silent Participations. URL: <http://www.mzslaw.com/financial-professionals/financing-of-companies/silentparticipations.html>.

тивною компонентою. Імплементація такого проекту в короткостроковій перспективі забезпечує досягнення соціального ефекту, що в довгостроковій перспективі здатний перетворитися на економічний. Однією з ключових переваг мезонінного фінансування є його нижча вартість порівняно з прямими інвестиціями. При цьому інвестор здебільшого націлений на повернення й примноження початкових інвестицій без участі в захопленні влади над компанією.

За результатами дослідження проявів креативної економіки в Україні та виокремлення альтернативних джерел її фінансування в умовах потенціалу діджиталізації доходимо таких висновків. Для розв'язання низки проблем, що перешкоджають розвитку зазначеної економіки (слабкої обізнаності суспільства й представників креативних індустрій із потенціалом діджиталізації та механізмом застосування її переваг із метою розвитку креативної економіки; недостатнього фінансування “підривних технологій” у креативному секторі, що пов'язано з браком досвіду вітчизняних представників креативних індустрій у спілкуванні з потенційними інвесторами; низької поінформованості громадськості щодо можливостей залучення фінансових ресурсів із альтернативних джерел, що дещо уповільнює активізацію креативного сектору та розвиток ІКТ), необхідно:

- підвищити рівень обізнаності громадян щодо переваг креативного сектору та його взаємозв'язків із тенденціями діджиталізації, наприклад за рахунок популяризації прогресивного зарубіжного досвіду, який вказує на позитивний вплив розвитку креативних сфер на потенціал зростання прибутків. Конкретні заходи в цьому напрямі полягають у розробленні відповідних стратегій креативної й діджитал-економіки на державному рівні, фінансуванні та популяризації аналітичних досліджень потенціалу розвитку такої економіки в умовах діджиталізації із залученням зарубіжних експертів;

- вдатися до державного стимулювання представників креативних секторів економіки в частині активізації програм імплементації ІКТ. Зокрема, варто розглянути варіанти поширення на території України інноваційних хабів і креативних центрів, створення мережі креативних коворкінгових платформ на базі ІКТ;

- сприяти поживленню досліджень потенціалу залучення фінансових ресурсів для розвитку креативного сектору з альтернативних джерел, що передбачає практичну імплементацію венчурної філантропії, яка спрямована не на реалізацію окремих програм і проектів, а на виконання довгострокових (стратегічних) завдань у креативній сфері із залученням не лише фінансових ресурсів венчурних партнерів, а й додаткової підтримки реципієнтів за рахунок проведення індивідуальних консультацій, допомоги в розв'язанні проблем у сфері управління персоналом, маркетингу та комунікацій; фільмофілантропії, котра дає змогу поєднати кінематографічне мистецтво й комерційний сектор; альтернативних інвестицій (у т. ч. SWAG-вкладень), що диверсифікують інвестиційний портфель та здатні забезпечити високу

прибутковість; мезонінного фінансування, яке формує потенціал для фінансування проектів креативного сектору в довгостроковій перспективі.

Економіка сучасної України вже має низку важливих переваг і стратегічних ресурсів для розбудови креативного сектору в умовах діджиталізації. Тому розвиток та належне фінансове забезпечення саме креативної економіки можуть великою мірою сприяти утриманню конкурентних позицій нашої країни на міжнародних ринках. Отже, є потреба в подальших теоретичних дослідженнях у цьому напрямі та прикладних розробках.

Список використаних джерел

1. Florida R. The Flight of the Creative Class. N. Y. : Harper Business, 2005. 352 p.
2. The Creative Class Goes Global / Ch. Mellander, R. Florida, B. Asheim, M. Gerler. London : Routledge, 2014. 344 p.
3. Kačerauskas T. Indices of Creative Economy: Critique of R. Florida's Creativity Indices. *Economics and Sociology*. 2018. Vol. 11 (4). P. 280–288.
4. Bower J. L., Christensen C. M. Disruptive Technologies: Catching the Wave. *Harvard Business Review*. 1995. Vol. 73. No. 1. P. 43–53.
5. von Weizsäcker E. U., Wijkman A. Come On!: Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet. 1st ed. Berlin : Springer, 2018. 220 p.
6. Grossman A., Applaby S., Reimers S. Venture Philanthropy: Its Evolution and Its Future. *Harvard Business Review*. 2013. No. 9. P. 1–25.
7. Introduction to Alternative Investments. Planning Capital Management. URL: <https://planningcapital.com/wp-content/uploads/2015/05/Introduction-to-Alternative-Investments.pdf>.
8. Introduction to Alternative Investments. 2019 Curriculum CFA Program Level I Alternative Investments Portfolio Management and Wealth Planning / CFA Institute. URL: <https://www.cfainstitute.org/membership/professional-development/refresher-readings/2019/introduction-alternative-investments>.
9. “Фільмофілантропія” та соціальне підприємництво: поєднання суспільного ефекту та комерційної прибутковості / Український форум благодійників. URL: <http://ufb.org.ua/sektor-blagodijnosti/filantropija-u-sviti/analitichni-materiali-globalnoi-filantropii.htm?id=3124>.
10. Mezzanine Finance: Final Report. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=1065.
11. How industry leaders build integrated operations ecosystems to deliver end-to-end customer solution. Global Digital Operations Study 2018. Digital Champions. PwC, 2018. 63 p. URL: https://www.strategyand.pwc.com/media/file/Global-Digital-Operations-Study_Digital-Champions.pdf.
12. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 151–157.
13. Дибя М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 7. С. 50–63.
14. Скільки українців займаються креативними індустріями. URL: http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505.
15. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. Київ : Culture and Creativity, 2017. 59 с.
16. Хомутенко Л. І., Усенко А. В. Альтернативне інвестування як спосіб диверсифікації інвестиційного портфеля: інвестиції в колекції вин. *Економічний аналіз*. 2017. Т. 27. № 4. С. 180–187.

References

1. Florida, R. (2005). *The Flight of the Creative Class*. New York: Harper Business.
2. Mellander, Ch., Florida, R., Asheim, B., & Gerler, M. (2014). *The Creative Class Goes Global*. London: Routledge.
3. Kačerauskas, T. (2018). Indices of Creative Economy: Critique of R. Florida's Creativity Indices. *Economics and Sociology*, 11 (4), 280–288.
4. Bower, J. L., Christensen, C. M. (1995). Disruptive Technologies: Catching the Wave. *Harvard Business Review*, Vol. 73. No. 1, 43–53.
5. von Weizsäcker, E. U., Wijkman, A. (2018). *Come On!: Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet* (1st ed.). Berlin: Springer.
6. Grossman, A., Applaby, S., & Reimers, S. (2013). Venture Philanthropy: Its Evolution and Its Future. *Harvard Business Review*, 9, 1–25.
7. Planning Capital Management. (n. d.). *Introduction to Alternative Investments*. Retrieved from <https://planningcapital.com/wp-content/uploads/2015/05/Introduction-to-Alternative-Investments.pdf>.
8. CFA Institute. (2019). *Introduction to Alternative Investments. 2019 Curriculum CFA Program Level I Alternative Investments Portfolio Management and Wealth Planning*. Retrieved from <https://www.cfainstitute.org/membership/professional-development/refresher-readings/2019/introduction-alternative-investments>.
9. Smahlii, K. (2013, October 30). "Filmophylantropy" and social entrepreneurship: a combination of social effect and commercial profitability. Retrieved from <http://ufb.org.ua/sector-blagodijnosti/filantropija-u-sviti/analitichni-materiali-globalnoi-filantropii.htm?id=3124> [in Ukrainian].
10. European Commission. (n. d.). *Mezzanine Finance: Final Report*. Retrieved from http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=1065.
11. PwC. (2018). *How industry leaders build integrated operations ecosystems to deliver end-to-end customer solution. Global Digital Operations Study 2018. Digital Champions*. Retrieved from https://www.strategyand.pwc.com/media/file/Global-Digital-Operations-Study_Digital-Champions.pdf.
12. Kholodnytska, A. V. (2018). Current trends of creative industries development in Ukraine in the conditions of globalization. *Economy and Society*, 14, 151–157 [in Ukrainian].
13. Dyba, M. I., Herneho, Yu. O. (2018). Digitalization of economy: international experience and possibilities of development in Ukraine. *Finance of Ukraine*, 7, 50–63 [in Ukrainian].
14. How many Ukrainians are engaged in creative industries. (2017, April 19). *The Village*. Retrieved from http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505.
15. Farinia, K. (2017). *Development of cultural and creative industries in Ukraine*. Kyiv: Culture and Creativity [in Ukrainian].
16. Khomutenko, L. I., Usenko, A. V. (2017). Alternative investments as a method of investment portfolio diversification: investments in the wine collections. *Economic Analysis*, Vol. 27, No. 4, 180–187 [in Ukrainian].