

УДК 338.4:330.3

DOI: 10.31732/2663-2209-2025-79-42-49

Дата надходження: 11.08.2025

Дата прийняття до друку: 26.08.2025

Дата публікації: 30.09.2025



Ця робота ліцензується відповідно до [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ФІНАНСИ ДЛЯ КРЕАТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Олена Васильєва

Канд. екон. наук, доцент кафедри журналістики, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», завідувач Центру інновацій та технологічного розвитку, ДУ «ІДНТПІН ім. Г. М. Доброва НАН України», м. Київ, Україна, e-mail: lena_vovchenko@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7502-5702>

FINANCE FOR CREATIVE ORGANIZATIONS

Olena Vasylieva

PhD of Economics, Associate Professor of the Department of Journalism, «KROK» University, Head of the Innovation and Technological Development Center, State Institution «G.M. Dobrov Institute for Scientific and Technological Potential and Science History Studies of the NAS of Ukraine», Kyiv, Ukraine, e-mail: lena_vovchenko@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7502-5702>

Анотація. У статті розглянуто фінансові аспекти розвитку культурних і креативних індустрій як стратегічно важливої галузі сучасної економіки, що відіграє провідну роль у структурній трансформації суспільства, формуванні доданої вартості та зростанні ВВП. Актуальність дослідження визначається дефіцитом фінансових ресурсів, труднощами доступу креативних підприємств до капіталу та відсутністю ефективних механізмів оцінки нематеріальних активів. Проблема особливо загострюється в умовах війни в Україні, що спричинила інфраструктурні втрати, посилення інвестиційних ризиків та скорочення приватних вкладень. Метою роботи є визначення ключових факторів, які впливають на фінансову підтримку креативного сектору, та обґрунтування шляхів її підвищення з урахуванням міжнародного досвіду. Методологічну основу становлять аналіз і узагальнення зарубіжних практик (США, Японія, Південна Корея), систематизація факторів фінансування за трьома вимірами (соціальне середовище, фінансові установи, креативні підприємства), а також вивчення інноваційних інструментів — краудфандинг, венчурний капітал, державні гарантії та грантові програми. Наукова новизна полягає у виявленні специфічних бар'єрів розвитку фінансування: низька обізнаність інвесторів щодо специфіки креативної економіки, недосконалість методик оцінки інтелектуальної власності, недостатній рівень фінансової грамотності підприємців. Практична значущість дослідження полягає у формуванні рекомендацій щодо створення спеціалізованих фінансових продуктів, розвитку правової бази та посилення державно-приватного партнерства. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою моделі фінансової підтримки креативних індустрій, адаптованої до українських умов, що поєднуватиме цифрові платформи, інструменти залучення капіталу та механізми міжнародного співробітництва.

Ключові слова: креативні індустрії, фінансування, нематеріальні активи, краудфандинг, венчурний капітал, державні гарантії.

Формули: 0; **рис.:** 0; **табл.:** 0, **бібл.:** 40

Abstract. The article examines the financial aspects of the development of cultural and creative industries as a strategically important sector of the modern economy that plays a leading role in structural transformation, value creation, and GDP growth. The relevance of the study is determined by the shortage of financial resources, difficulties faced by creative enterprises in accessing capital, and the lack of effective mechanisms for intangible asset valuation. This problem is particularly acute in the context of the war in Ukraine, which has caused infrastructure losses, increased investment risks, and reduced private funding. The purpose of the paper is to identify key factors influencing financial support for the creative sector and to substantiate ways to strengthen it, taking into account international experience. The methodological framework includes analysis and synthesis of foreign practices (USA, Japan, South Korea), systematization of financing factors into three dimensions (social environment, financial institutions, and creative enterprises), as well as the study of innovative financial instruments such as crowdfunding, venture capital, state guarantees, and grant programs. The scientific novelty lies in identifying specific barriers to financing: low investor awareness of the specifics of the creative economy, underdeveloped methods for intellectual property valuation, and insufficient financial literacy of entrepreneurs. The practical significance of the study consists in developing recommendations for the creation of specialized financial products, improvement of the legal framework, and strengthening of public-private partnerships. Future research prospects involve the development of a financial support

model for creative industries adapted to Ukrainian conditions, combining digital platforms, capital attraction tools, and mechanisms of international cooperation.

Keywords: *creative industries, financing, intangible assets, crowdfunding, venture capital, state guarantees.*

Formulas: 0; *fig.: 2; tab.: 0; bibl.:40*

Постановка проблеми. Як стратегічно важлива та перспективна галузь, культурна й креативна індустрія відіграє незамінну роль у сприянні структурній перебудові промисловості та трансформації моделі економічного розвитку. Вона дедалі більше стає новим рушієм оновлення структури споживання та зростання економіки. За умов потужної підтримки та ефективного спрямування з боку державної макроекономічної політики розвиток культурних і креативних індустрій характеризується динамічним зростанням традиційних секторів, активним становленням нових форматів бізнесу та стійким розвитком галузей із виразною культурною специфікою.

Світовий показник внеску креативної економіки у ВВП на різних етапах розвитку країн варіюється приблизно від 0,5 % до 7,3 %. Діапазон охоплює економіки як розвинених країн, так і тих, що розвиваються, а також показники зайнятості — від 0,5 % до 12,5 % робочої сили (Creative Economy Outlook, 2024). За оцінками IFC, у найбільш розвинених країнах креативні індустрії складають 2–7 % ВВП. IFC також прогнозує, що до 2030 року сектор може забезпечити до 10 % глобальної економіки (IFC, 2025).

Креативні індустрії в Україні продовжують розвиватися в умовах війни. За даними звіту Європейського Союзу, проведеного у липні 2024 року, в рамках проєкту «Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість, відновлення та співпраця з ЄС», було проведено онлайн-опитування, в якому взяли участь 498 респондентів з України. Це свідчить про активну участь українських фахівців у процесах відновлення та розвитку креативних індустрій (CRP, 2024).

Основними викликами з якими зіштовхнулися креативні індустрії в Україні стали інфраструктурні проблеми (пошкодження культурних та креативних

хабів внаслідок війни ускладнюють доступ до ресурсів та можливостей для розвитку) та фінансування (необхідність у збільшенні державної та міжнародної підтримки для відновлення та розвитку креативних індустрій).

Попри потужну динаміку розвитку, брак фінансової підтримки залишається одним із ключових обмежувальних чинників, а проблема доступу до фінансування для культурної та креативної індустрії досі актуальна. В умовах прискореної економічної трансформації та модернізації питання посилення фінансового забезпечення цих галузей постає як нагальна практична задача, що потребує невідкладного вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, присвячені розвитку креативних індустрій та креативної економіки, висвітлено у роботах як українських, так і зарубіжних науковців, зокрема, Безугла Л. та Лазаківич І. (2024) досліджують стан та перспективи розвитку креативних індустрій в Україні, їхню роль у поєднанні творчості, інновацій та інтелектуальної власності, визначають виклики воєнного часу й можливості їх подолання для стимулювання економічного, культурного та інноваційного зростання. Робота Липовченко І. та Томаха В. (2023) присвячена дослідженню розвитку креативної економіки в Україні, її потенціалу для відновлення економіки після війни та визначення ключових проблем і перспектив розвитку креативного сектору як важливої складової постіндустріальної економіки. Питання фінансування креативного сектору розкриває праця Оуен Р. та Одейра М. (2018), в якій мова йде про краудфандинг як джерело фінансування креативних проєктів. Каннінгем С. Д., Райан М., Кін М. А. та Ордонез Ді. (2008) розглядають питання фінансування креативних індустрій у країнах, що розвиваються, зокрема моделі залучення інвестицій, бар'єри виходу на глобальні

ринки та приклади з Китаю, Латинської Америки й корінної Австралії, які ілюструють різні підходи до формування стійких і орієнтованих на експорт культурних секторів.

Формулювання мети дослідження.

Метою дослідження є виявлення ключових факторів, що впливають на фінансову підтримку креативного сектору, та визначення ефективних механізмів її підвищення з урахуванням міжнародного досвіду й специфіки українських реалій в умовах війни.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було застосовано комплекс методів, зокрема: аналіз і узагальнення міжнародного досвіду (США, Японія, Південна Корея) щодо фінансування креативних індустрій; систематизація факторів фінансування за трьома вимірами: соціальне середовище, фінансові установи, креативні підприємства; вивчення інструментів фінансових інновацій, таких як краудфандинг, венчурний капітал, державні гарантії; контент-аналіз звітів та статистики міжнародних організацій і національних інституцій; порівняльний аналіз для виявлення бар'єрів та перспектив розвитку фінансової підтримки креативного сектору в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження факторів, що впливають на фінансову підтримку культурних і креативних підприємств, відіграє важливу роль у підвищенні ефективності такої підтримки та сприянні сталому розвитку культурної і креативної індустрії. Розвиток культурних і креативних підприємств неможливий без належної фінансової підтримки, а ці підприємства гостро потребують залучення фінансових інвестицій, особливо від комерційних банків, які мають працювати спільно з державою та іншими фінансовими установами задля розв'язання проблем фінансування. Уточнення теоретичних механізмів і практичних причин фінансових обмежень, з якими стикаються креативні підприємства, а також розуміння логіки явища труднощів у

залученні фінансування створюють мікробазу і дають теоретичне підґрунтя для пошуку ефективних шляхів фінансової підтримки культурної та креативної індустрії.

Формування фінансових ресурсів визначає потенціал розвитку та фінансову стійкість підприємства. Їх оптимальний обсяг і ефективність використання встановлюються у процесі фінансового аналізу й планування. Тому удосконалення системи управління ресурсами є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності, стабільності та інноваційного розвитку компаній (Румик та ін., 2023).

Концепцію креативної економіки як окремої галузі вперше запропонували британці. У «Британському шляху розвитку креативної індустрії» зазначається, що креативна індустрія «вирастає з індивідуальної творчості, навичок і таланту, здійснюється через розробку та використання інтелектуальної власності з потенціалом створення багатства та робочих місць» (DCMS, 1998). Культурний економіст Стівен Гокінс, який вважається батьком креативної економіки, визначив креативну індустрію з позиції права інтелектуальної власності, розглядаючи її як «економічний сектор, продукція якого захищена законом про інтелектуальну власність» (Гокінс, 2001). Починаючи з 2000 року, вітчизняні та зарубіжні науковці визначають зміст культурних і креативних підприємств, розглядаючи їх як з точки зору підприємництва, так і культури. Ґрунтуючись на відповідних дослідженнях, можна визначити, що креативні підприємства — це економічні організації, які задовольняють потреби суспільного культурного споживання шляхом виробництва і реалізації творчих продуктів і послуг на основі творчості та інтелектуальної власності (Гокінс, 2001; Флоріда, 2002).

У міру поглиблення досліджень проблема фінансування креативних підприємств набуває все більшої актуальності. Обговорення фінансової підтримки креативних підприємств

поступово стає однією з провідних тем у цій галузі. Дослідження інвестицій і фінансування креативних індустрій найактивніше ведуться в США, Японії та Південній Кореї.

У Сполучених Штатах, де рівень комерціалізації дуже високий, а ринок капіталу розвинений, уряд не має спеціальних програм фінансування культурного і креативного виробництва. Адміністрація малих і середніх підприємств США надає гарантії для малого та середнього бізнесу, а інвестиційні компанії безпосередньо інвестують у культурні та креативні індустрії. Крім того, американські креативні підприємства можуть залучати значні кошти для розвитку через вихід на біржу на розвиненому ринку капіталу (SBA, 2025; National Endowment for the Arts, 2025).

В Японії розвиток культурної креативної індустрії підтримується спеціалізованими кредитами від державних фінансових установ, зокрема для анімаційних компаній. Японські фінансові установи активно використовують інтелектуальну власність як заставу, а

також здійснюють сек'юритизацію нематеріальних активів на ринку капіталу для фінансування культурних і креативних підприємств (OECD, 2025).

У Південній Кореї ключовим фактором розвитку культурної креативної індустрії є державна фінансова підтримка, яка надається безпосередньо або опосередковано через пряме державне фінансування, офіційні чи напівофіційні індустріальні фонди, державні гарантії за кредитами та пільгові позики. Завдяки потужній підтримці уряду південнокорейська культурна креативна індустрія здійснила значний прорив у розвитку (KOCCA, 2025; World Bank, 2025).

Водночас, щоб краще зрозуміти, які саме фактори визначають ефективність фінансової підтримки креативних підприємств, доцільно розглянути основні виміри впливу на цей процес. Так, фактори, що впливають на фінансову підтримку креативних підприємств, можна поділити на три ключові групи: соціальне середовище, фінансові установи та самі креативні підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Основні виміри та фактори фінансової підтримки креативних підприємств

Вимір	Ключові фактори	Сутність впливу
Соціальне середовище	Політики й регуляції	Забезпечують баланс державної політики, пільгові умови фінансування, захист інтелектуальної власності.
	Суспільна довіра	Знижує невизначеність та ризики у фінансових операціях, сприяє укладанню контрактів.
	Соціальні посередницькі організації	Полегшують оцінку нематеріальних активів, знижують кредитні ризики для банків.
Фінансові установи	Фінансові інновації	Оновлення продуктів, послуг і стратегій для кращого задоволення потреб клієнтів.
	Управління ризиками	Забезпечує стабільність роботи банків, знижує кредитні та ринкові ризики.
	Система фінансових послуг	Якісне обслуговування та доступність формують лояльність клієнтів і підвищують ефективність підтримки.

Продовження Таблиці 1

Креативні підприємства	Ресурси	Обмеженість матеріальних активів; потреба у фінансових інноваціях (іпотека нематеріальних активів тощо).
	Галузь	Кластеризація підвищує здатність до залучення фінансування.
	Маркетинг	Інтернет-технології сприяють просуванню, збільшують цінність бренду та продукції.
	Технології	Інновації підвищують унікальність продуктів, стандартизація зменшує витрати.
	Корпоративна культура	Формує довіру фінансових установ і впливає на ефективність бізнесу.

Джерело: сформовано авторами на основі (Скот, 2010; Вільямсон, 1975; Хабер, 2012; Скот, 2014; Канієлс та Ріцшель, 2015; Лам, 2006; Лю, 2006; Перера, 2017; Майкон та ін., 2018; Кім та ін., 2013; Хігсон та ін., 2007; Хотенрот та Пітерс, 2012)

Галузева концентрація та формування кластерів креативних підприємств сприяють задоволенню різноманітних культурних потреб і підвищенню їх спроможності залучати фінансування (Холмс, 1999; Гокінс, 2001). Маркетинг, особливо за умови розвитку інтернет-технологій, допомагає підприємствам ефективно знаходити ринки збуту, підвищувати цінність контенту та бренду, що стимулює підтримку з боку фінансових установ (Сонг та ін., 2018; Кін, 2009). Технологічні інновації є ще одним рушієм розвитку: складність технологій підвищує їх унікальність, а стандартизація допомагає знизити витрати й збільшити прибуток (Нонака, 1995). Нарешті, внутрішня корпоративна культура відіграє важливу роль у формуванні довіри фінансових установ, оскільки вона пов'язана з ефективністю бізнесу і включає матеріальні та духовні складові діяльності підприємства (Чжан та ін., 2008; Міска, 2018).

Організації креативних індустрій частіше, ніж бізнес загалом, орієнтовані на майбутнє зростання, проте також частіше стикаються з перешкодами у залученні фінансування для розвитку — про це йдеться у звіті «Розкриття творчості: Усунення фінансової прогалини у креативних індустріях», який базується на опитуванні 896 підприємств з різних

секторів креативної економіки по всій Великій Британії. Ініціатором дослідження виступила організація Creative UK у партнерстві з Creative Industries Policy & Evidence Centre (Creative PEC), а фінансування надали YouTube за підтримки Creative Industries Council та Bloomberg Philanthropies (Бахші та ін., 2024). Основні висновки звіту свідчать, що у 2023 році 72% креативних підприємств очікували зростання, порівняно з середнім показником у 59% серед усіх типів бізнесу за даними SME Finance Monitor (2011). Однак креативні компанії у понад чотири рази частіше, ніж інші підприємства, вказували на проблеми з доступом до потрібного фінансування як на перепону для реалізації своїх планів зростання.

30% опитаних креативних підприємств зазначили, що їм бракує знань про фінанси для прийняття обґрунтованих рішень, а 27% не знають, куди звертатися за інформацією. Крім того, 41% вказали на брак необхідних фінансових та управлінських навичок для розвитку бізнесу. Ці проблеми стосуються не лише найменших компаній — 22% підприємств із кількістю працівників від 51 до 100 також відчували нестачу знань про фінансові можливості. Звіт також підтверджує, що креативні організації часто бачать невідповідність між своїми потребами та доступними фінансовими продуктами.

Водночас, компанії, розташовані у креативних кластерах або мікрокластерах — тобто районах із високою концентрацією креативної діяльності, — на 15% частіше звертаються за фінансуванням і на 14% рідше скаржаться на відсутність знань про свої фінансові варіанти.

Однак у дослідженні також відзначено проблеми з рівністю, різноманітністю та інклюзією: підприємства, керовані жінками та представниками етнічних меншин, частіше повідомляли про потребу в капіталі та стикаються з більшою кількістю перешкод у доступі до фінансування. Зокрема, лідери з етнічних меншин частіше вважають доступ до фінансів бар'єром і на 17% частіше вкладають власні кошти у бізнес. Звіт підтверджує давно відомий факт — сектор креативних індустрій має великий потенціал для зростання, але водночас страждає від нестачі стратегічних інвестицій. Попри те, що галузь зростає у 1,5 раза швидше за інші сектори в реальному вираженні, подолання бар'єрів у фінансуванні могло б суттєво прискорити її розвиток.

Тобто, існують проблеми як на стороні пропозиції фінансування — інвестори та кредитори часто недостатньо обізнані про специфіку економіки креативного сектору, так і на стороні попиту — багато креативних підприємств не повністю готові до інвестицій і не мають чіткого розуміння своїх фінансових можливостей. Для ефективного розвитку галузі необхідні системні політичні зміни, які допоможуть реалізувати потенціал зростання креативних індустрій.

Для подолання названих проблем у світі застосовуються різні інноваційні механізми, що можуть бути адаптовані і для України. Наприклад, краудфандинг — спосіб залучення капіталу через велику кількість невеликих внесків від широкої аудиторії через онлайн-платформи (Kickstarter, Patreon тощо) (Петренко та Вовченко, 2023). Краудфандинг дозволяє креативним підприємствам обходити традиційні фінансові бар'єри, одночасно тестуючи ринок і формуючи спільноту

прихильників (Молік, 2013). Інвестиції венчурних фондів та приватних інвесторів є важливим джерелом для масштабування креативних стартапів із високим потенціалом зростання. В Україні за останні роки з'являються спеціалізовані фонди, що працюють у сфері креативної економіки, пропонуючи як фінансування, так і експертну підтримку (Хейс, 2024). Уряди низки країн, зокрема Південної Кореї та Японії, застосовують механізми державних гарантій за кредитами і пільгових позик для креативних підприємств. Такі інструменти знижують ризики для банків і стимулюють кредитування сектору. В Україні є поодинокі ініціативи, але система потребує масштабування і вдосконалення (LEED Programme, 2025).

В Україні діють ініціативи і програми фінансової підтримки креативних індустрій. Наприклад, Український культурний фонд з 2022 року активно підтримує проєкти, що сприяють відновленню культурної сфери в умовах війни. Програма «Культура та креативність для відновлення України» передбачає грантову підтримку для креативних підприємств, які впроваджують інновації та забезпечують збереження культурної спадщини. Зокрема, акцент робиться на діджиталізації творчих продуктів і розвитку культурних хабів у безпечних регіонах (УКФ, 2025). Під час війни Європейський інвестиційний банк і USAID реалізують програми підтримки малого та середнього бізнесу, у тому числі креативного сектору, шляхом надання грантів і кредитів з низькими ставками. Особлива увага приділяється проєктам, що сприяють соціальній згуртованості та економічному відновленню в регіонах, постраждалих від війни.

Війна суттєво вплинула на можливості держави щодо фінансування креативного сектору — ресурси переорієнтовані на оборону та гуманітарну допомогу. Приватні інвестиції також скоротилися через загальну економічну нестабільність та підвищені ризики, що створює фінансові бар'єри для розвитку

креативних бізнесів. Через бойові дії багато культурних організацій були змушені евакуюватися або працювати у віддаленому режимі. Це ускладнило доступ до інфраструктури та знизило продуктивність сектору. Водночас з'явилися нові хаби у західних регіонах, що підтримуються як державою, так і міжнародними організаціями. Незважаючи на виклики, війна сприяла активному впровадженню цифрових технологій, створенню онлайн-платформ та нових форм креативності (віртуальні виставки, діджитал-мистецтво, медіапроекти). Цей тренд відкриває нові можливості для залучення фінансування, зокрема від міжнародних донорів.

Висновки. Війна в Україні стала серйозним викликом для культурних і креативних індустрій, обмежуючи традиційні джерела фінансування та ускладнюючи інфраструктурні умови. Водночас вона стимулювала розвиток інноваційних форматів і цифрових технологій, а також активізувала міжнародну підтримку. Для сталого розвитку сектору необхідно посилювати державну політику, залучати інвестиції та вдосконалювати інструменти фінансової підтримки, адаптовані до поточних викликів.

Отже, проблеми фінансування креативних підприємств мають

комплексний характер і потребують комплексних рішень, які поєднують розвиток нових фінансових інструментів, підвищення фінансової грамотності підприємців та удосконалення правової бази для оцінки нематеріальних активів. Впровадження механізмів краудфандингу, венчурного капіталу та державних гарантій може суттєво полегшити доступ до фінансування і сприяти сталому розвитку креативного сектору.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці комплексної моделі фінансової підтримки креативних індустрій, адаптованої до українських умов. Ключові напрями включають: удосконалення методик оцінки нематеріальних активів; розробку цифрових платформ для залучення фінансування (краудфандинг, блокчейн-рішення); вивчення механізмів державно-приватного партнерства; адаптацію міжнародного досвіду інтеграції у фінансові ринки; а також підвищення фінансової грамотності підприємців і підтримку розвитку кластерів та креативних хабів. Реалізація цих напрямів дозволить сформувати стійку фінансову екосистему та сприятиме інтеграції українських креативних індустрій у глобальну економіку.

Література:

- 1.Безугла, Л. С., Лазакович, І. І. (2024). Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*, 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
- 2.Звіт Платформи Культурних Зв'язків (2024). Retrieved from <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf>
- 3.Румик, І., Плетенецька, С., Царенко, О. (2023). Особливості управління фінансовими ресурсами підприємств в умовах воєнного стану. *Вчені записки Університету «КРОК»*, №4 (72), 9–19. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2023-72-9-19>
- 4.Український культурний фонд (2025). Retrieved from <https://ucf.in.ua>
- 5.Bakhshi, H., Siepel, J., Carmona, L., Tarr, A. (2024). Unleashing Creativity: Fixing the finance gap in the creative industries. Retrieved from <https://unleash.wearecreative.uk>
- 6.Caniels, C. J., & Rietzschel, E. F. (2015). Organizing Creativity: Creativity and innovation under constraints.

- Creativity and Innovation Management*, 24(2), 184–196. DOI: <https://doi.org/10.1111/caim.12123>
- 7.Creative Economy Outlook (2024). Retrieved from <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>
- 8.Creative Industries (2025). Retrieved from <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries>
- 9.Creative Industries Mapping Document (1998). Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- 10.Cunningham, S. D., Ryan, M., Keane, M. A., Ordonez, D. (2008). Financing Creative Industries in Developing Country Contexts. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/27464633_Financing_Creative_Industries_in_Developing_Country_Contexts
- 11.Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. Basic Books.
- 12.Hawkins, S. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin Books.

13. Hayes, A. (2024). What Is Venture Capital? Definition, Pros, Cons, and How It Works. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/v/venturecapital.asp>
14. Higson, C., Rivers, O., & Deboo, M. (2007). Creative financing. *Business Strategy Review*, 18(4), 49–53.
15. Holmes, T. (1999). Localization of industry and vertical disintegration. *The Review of Economics and Statistics*, 81(2), 314–325.
16. Hottenrott, H., & Peters, B. (2012). Innovative capability and financing constraints for innovation: More money, more innovation? *The Review of Economics and Statistics*, 94(4), 1126–1142.
17. Huber, F. (2012). Do clusters really matter for innovation practices in information technology? Questioning the significance of technological knowledge spillovers. *Journal of Economic Geography*, 12(1), 107–126.
18. Keane, M. A. (2009). The Capital Complex: Beijing's New Creative Clusters. In L. Kong & J. O'Connor (Eds.), *Creative Economies, Creative Cities: Asia-European Perspectives* (pp. 77–95). Springer.
19. Kim, K., Hong, E., & Rho, S. (2013). The study of defined buying factors affecting trust building and service performance in financial management systems. *Mathematical and Computer Modelling*, 58(1-2), 38–48.
20. Korea Creative Content Agency (2025). Retrieved from <https://www.kocca.kr/en/main.do>
21. Lam, J. (2006). Managing risk across the enterprise: hallenges and benefits. Risk management-a modern perspective. Stuart Graduate School of Business.
22. Liu, X. Y. (2006). Research on Risk Control Mechanism of Commercial Banks. *Journal of Financial Research*, 7, 78–85.
23. Local Employment and Economic Development Programme (2025). Retrieved from <https://www.oecd.org/en/about/programmes/leed-programme.html>
24. Lytovchenko, Y., Tomakh, V. (2023). Creative Economy: Opportunities for Rebuilding Ukraine. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*, 48, 10-18. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2023-48-2
25. Maicon, O., Glauco, H., Andrei, A., & Henrique, R. (2018). Lessons learned from a successful industrial product service system business model: Emphasis on financial aspects. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(3), 365–376. DOI: 10.1108/JBIM-07-2016-0147
26. Miska, C., Szocs, I., & Schiffinger, M. (2018). Culture's effects on corporate sustainability practices: A multi- domain and multi-level view. *Journal of World Business*, 53(2), 263–279. DOI: 10.1016/j.jwb.2017.12.001
27. Mollick, E. (2013). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
28. National Endowment for the Arts (2025). Retrieved from <https://www.arts.gov>
29. Nonaka, I. (1995). The knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation. Oxford University Press.
30. OECD Report on Japan's Creative Economy (2025). Retrieved from <https://www.oecd.org>
31. Owen, R. (2018). Financing new creative enterprise through blockchain technology: Opportunities and policy implications. *Strategic Change*, 28(1), 9-17. DOI: <https://doi.org/10.1002/jsc.2242>
32. Perera, R. S. (2017). An optimal investment and risk control policy for a bank under exponential utility. *Stochastic Models*, 33(3), 343–375. DOI: 10.1080/15326349.2017.1300775
33. Petrenko N. S., Vovchenko O. V. (2023, вересень). *Crowdfunding in Ukraine: problems and prospects for the development of an alternative way of financing science. 2023 IEEE 13th International Conference on ELECTRONICS AND INFORMATION TECHNOLOGIES (ELIT) PROCEEDINGS*. Lviv, Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/document/10310851/metrics#metrics>
34. Scott, A. J. (2010). Cultural economy and the creative field of the city. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 92(2), 115–130.
35. Scott, A. J. (2014). Beyond the creative city: Cognitive-cultural capitalism and the new urbanism. *Regional Studies*, 48(4), 565–578.
36. SME Finance Monitor (2011). Retrieved from <https://www.bva-bdrc.com/sme-finance-monitor/>
37. Song, R., Moon, S., Chen, H. P., & Houston, M. B. (2018). When marketing strategy meets culture: The role of culture in product evaluations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(3), 384–402. DOI: 10.1007/s11747-017-0525-x
38. U.S. Small Business Administration (2025). Retrieved from <https://www.sba.gov>
39. Williamson, E. (1975). Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications, a Study in the economics of internal organization. Free Press.
40. World Bank Report on South Korea (2025). Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/country/korea>
41. Zhang, J., Souitaris, V., Soh, P., & Wong, P. (2008). A contingent model of network utilization in early financing of technology ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 593-613.