

Н. М. Польова,
к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та інноваційного провайдингу,
ПВНЗ "Європейський університет"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5140-2136>
І. Я. Шевчук,
аспірант, ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-0037-5511>
Я. Я. Шевчук,
аспірант, ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-0746-6689>

DOI: 10.32702/2306-6814.2024.4.147

ВПЛИВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК

N. Poliova,
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management
and Innovative Providing, Private Higher Education Establishment "European University"
I. Shevchuk,
Postgraduate student, Private Higher Educational Establishment "European University", Kyiv
Y. Shevchuk,
Postgraduate student, Private Higher Educational Establishment "European University", Kyiv

THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON ECONOMIC DEVELOPMENT

Сьогодні в усьому світі креативні індустрії визнані джерелом інновацій, економічного зростання, особистого добробуту та згуртованості суспільства, але використання їхнього потенціалу може виявитися складним завданням. У той же час особливий сектор економіки, який характеризується, можна розглядати як інструмент модернізації міст і регіонів в економічно більш комфортні і привабливі для життя місця. На основі характеристики сучасного стану розвитку креативних індустрій уточнено зміст особливого сектора економіки та визначено потенціал його використання у ключі забезпечення економічного зростання. У ході дослідження розкрито зміст та складові сектори креативних індустрій, охарактеризовано спосіб оцінки вкладу галузі господарства у вітчизняну економіку. Крім того, на основі теоретичного та фактичного матеріалу авторми виявлено наукові протиріччя у дослідженні креативних індустрій. Визначено відсутність єдиної науково обгрунтованої класифікації креативних індустрій у світовому та вітчизняному науковому полі та наявність зацікавленості країн у розвитку даного сектора. Результати дослідження можуть становити інтерес для представників наукової спільноти, бізнес-сфери та органів влади, залучених до цієї сфери або мають зацікавленість у розвитку креативних індустрій на регіональному та державному рівнях. Докорінні зміни, що відбулися у розвитку цивілізації в кінці минулого століття, — глобалізація та нова економіка (економіка знань) — створили передумови виникнення та розвитку так званої "креативної економіки". Основою розвитку креативної економіки став креативний потенціал людини. Умови розвитку креативної економіки в різних географічних регіонах далеко не однакові. Метою дослідження є привернення уваги на це нове явище — поява "творчого важеля" процесу виробництва, можливості використання креативного (творчого) потенціалу людини, яка, спираючись на сучасну технологічну платформу та базу знань, здатна внести істотний внесок у прискорення економічного зростання.

Today, creative industries are recognized around the world as a source of innovation, economic growth, personal well-being and social cohesion, but harnessing of their potential can be a challenge. At the same time, the special sector of the economy, which is characterized, can be considered as a tool for the modernization of cities and regions into economically more comfortable and attractive places for life. Based on the characteristics of the current state of development of creative industries, the content of a special sector of the economy is clarified and the potential of its use in the key to ensuring economic growth is determined. In the course of the study, the content and constituent sectors of creative industries were revealed, and the method of assessing the contribution of the economic sector to the national economy was characterized. In addition, on the basis of theoretical and factual material, the authors identified scientific contradictions in the study of creative industries. The lack of a single scientifically based classification of creative industries in the world and domestic scientific field and the presence of countries' interest in the development of this sector were determined. The results of the research may be of interest to representatives of the scientific community, the business sphere, and authorities involved in this sphere or interested in the development of creative industries at the regional and state levels. Fundamental changes that took place in the development of civilization at the end of the last century — globalization and the new economy (knowledge economy) — created the prerequisites for the emergence and development of the so-called "creative economy". The creative potential of a person became the basis of the development of the creative economy. The conditions for the development of the creative economy in different geographical regions are far from the same. The purpose of the study is to draw attention to this new phenomenon — the emergence of a "creative lever" in the production process, the possibility of using the creative (creative) potential of a person who, relying on a modern technological platform and knowledge base, is able to make a significant contribution to the acceleration of economic growth.

Ключові слова: креативні індустрії, креативний клас, креативний кластер, економічне зростання, регіональний розвиток.

Key words: creative industries, creative class, creative cluster, economic growth, regional development.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах нестабільної економічної ситуації, світової поляризації та нерівності між державами першої половини XXI століття необхідна стратегія державного та регіонального розвитку як відповідь на масштабні культурні, економічні, соціальні та технологічні зміни.

Основна мета означеної стратегії — розкриття творчого потенціалу людей у вигляді організації та проведення комплексу необхідних заходів на різних рівнях.

У цьому контексті концепція "креативні індустрії" є світовою сполучною ланкою між культурною, економічною та технологічною сферами. Сьогодні у всьому світі про цей сектор говорять як про важливу та зростаючу частину глобальної економіки, що сприяє соціальній інтеграції, різноманітності економічної діяльності та всебічному розвитку особистості, регіону та країни в цілому.

Фокус уваги представників органів влади, бізнес-середовища та дослідників зміщується на інструменти: образи, звуки, символи та ідеї — які створюють не лише додаткові робочі місця, додану вартість вироблених продуктів, а й нову культуру загалом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У останнє десятиліття зафіксовано збільшення наукового інтересу до вивчення становлення та розвитку креативних індустрій. Це вимагає більш докладного аналізу нової креативної економіки та її впливу на розвиток креативного потенціалу у національному та міжнародному економічному просторі.

Багато вітчизняних дослідників та практиків, таких як І. Турський, Л. Антонюк, М. Скиба, А. Харламова, О. Мельничук, та інші, займаються вивченням даної проблематики. Оскільки креативна економіка в Україні лише починає формуватися, багато аспектів цього питання залишаються не вирішеними. Є необхідність у вдосконаленні методологічного інструментарію, визначенні ключових орієнтирів та напрямків майбутньої діяльності, з урахуванням світового досвіду.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті полягає в визначенні ролі креативних індустрій як ключового компонента для розвитку економіки і суспільства загалом. Прогрес у креативних сфе-

рах може призвести до формування позитивного зовнішнього впливу, що, поширюючись, сприяє високому рівню конкурентоспроможності в різних галузях економіки. Активізація потенціалу креативних індустрій сприяє економічному розвитку та швидкому відновленню країни після воєнного періоду.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Використання терміну "креативні індустрії" стало актуальним нещодавно, вказуючи на початок цифрової ери культурних та творчих індустрій. Проте його витоки сягають часів промислової революції та процесу урбанізації, а також культурної індустрії 30-х років минулого століття. Термін також пов'язаний із популярною культурою, ідеологією, яка поширюється через засоби масової інформації, та контркультурою, яка виникає у протистоянні до капіталістичного напрямку масової культури.

Уперше у офіційних документах термін "креативні індустрії" було введено урядом Великобританії. Цей крок став спробою перегляду обговорень щодо цінності мистецтва та культури. Навіть при тому, що уряди загалом підтримували мистецтво, його часто розглядали як "маргінальний" аспект економічного життя, орієнтований на державні субсидії.

Прихильники концепції креативних індустрій вважали, що такий погляд не повністю відображає суть та практичне значення цієї ідеї. Для об'єктивного розуміння внеску цього напрямку в економічну сферу країн необхідно досліджувати кожен сектор економічної діяльності, пов'язаний з творчістю та культурою, включаючи різноманітні комерційні аспекти. При визначенні змісту об'єкта дослідження важливо враховувати не лише традиційні види мистецтва, такі як театр, музика та кіно, але й рекламу, виробничі процеси, які підтримують культурне виробництво та роздрібну торгівлю продуктами творчої діяльності. Це положення можна сформулювати так: коріння зазначених напрямків економічної діяльності витікає з культури та творчості, а самі напрямки стають важливим та ефективним джерелом додаткових робочих місць та сприяють формуванню і зростанню національного багатства.

Наприкінці 90-х років минулого сторіччя Департаментом цифрових технологій, культури, ЗМІ та спорту (Великобританія) було прийнято поняття "креативні індустрії" як "види діяльності, які беруть свій початок в індивідуальній творчості, майстерності та таланті, мають потенціал для створення багатства та робочих місць за допомогою створення та експлуатації інтелектуальної власності".

Сутність терміну "креативні індустрії" залежить від законодавства конкретної країни, яке регулює захист інтелектуальної власності. Незважаючи на різні визначення цього терміну у різних країнах, його основу становлять індивідуальний творчий потенціал та нові методи та інструменти використання інтелектуальної власності.

В сучасній добі одним з викликів у дослідженні креативних індустрій є використання різних підходів до найменування економічного сектора, що виявляється, зокрема, у зміні термінології [1].

Як синонімів описуваного напрямку діяльності використовуються такі позначення:

- креативна економіка (creative economy, orange economy);
- культурні індустрії (cultural Industries, cultural sector);
- економіка вражень (experience economy);
- економіка знань (knowledge-based economy);
- індустрії авторського права (copyrights Industries, copyright-based industries).

Виявлена проблема визначає необхідність чіткого закріплення терміну у науковій мові та законодавстві.

Досліджуючи різні підходи до визначення креативних індустрій, дослідники виділяють чотири групи.

Перший метод полягає у визначенні креативних індустрій як конкретних секторів та видів економічної діяльності. Цей підхід отримав підтримку від Джона Хокінса [2, с. 26], британського дослідника справ креативних індустрій, який розглядає цю область як "просто ще одна галузь".

Другий підхід включає розгляд креативних індустрій як сукупності певних професій, що відображено в концепції "креативного класу". Згідно з цією теорією, характеризуючи сферу креативних індустрій, зосереджено увагу на професіях або галузях діяльності.

У рамках третього підходу креативні індустрії представляють собою інтегрований розвиток міст, який включає у себе концепцію "креативного міста".

Четвертий підхід розглядає креативні індустрії як ключовий елемент економічної системи, що складається з різноманітних працівників, підприємств, установ, інфраструктури, комунікаційних засобів та інших активних компонентів.

На сьогодні до складу креативних індустрій входить 35 галузей, в яких представники займаються діяльністю як на комерційній, так і на некомерційній основі. Важливо відзначити, що існуюча класифікація відповідає галузям, які вважаються частинами креативних індустрій згідно з даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) [3].

З серед зазначених напрямків можна виокремити такі: мультимедіа, образотворче мистецтво, розваги, мода, архітектура, музика, видавнича справа, реклама, спорт та інші.

Одночасно визначення різних галузей як складових креативних індустрій у різних країнах і міжнародних організаціях ускладнює розробку та формування єдиної стратегії використання креативних індустрій як інструменту для державного та регіонального економічного зростання.

Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) [3] виокремлює найважливіші характеристики, які властиві результатам діяльності креативних індустрій, а саме:

- потреба у суттєвому вкладі людської творчості під час виробничого процесу;
- збереження прав на інтелектуальну власність, яка призначена для конкретного спеціаліста чи групи осіб, що виробляють товар або послугу.

Вивчаючи зміст креативних індустрій, ряд вчених удосконалили та запропонували інакший перелік складових зазначеної галузі діяльності. По-перше, завжди

існує постійна потреба в галузях, що розглядаються, у генерації нових ідей під час досліджень та розробок продуктів і послуг. У цьому контексті творча діяльність відіграє ключову роль. По-друге, важливо забезпечити захист інтелектуальної власності, яка виникає в результаті діяльності суб'єктів креативних індустрій, оскільки цей сектор зосереджений на створенні нових і оригінальних цінностей. По-третє, розвиток креативних індустрій передбачає використання передових технологій, які сприяють творчій діяльності.

Три характеристики творчих індустрій — інновації, авторське право та технології — вимірюються на рівні окремо взятої діяльності або підприємства, що, як правило, ускладнено через відсутність чи спотворення статистичних даних. Це накладає обмеження на всебічне вивчення змісту креативних індустрій та оцінки їхнього вкладу в економіку країни чи регіону.

Креативні індустрії відносяться до галузей, що поєднують створення, виробництво та комерціалізацію творчих матеріалів, нематеріального та культурного за своєю природою. Характеризований напрямком необхідний розглядати як творчу складову, не абстрагуючись від процесів цифровізації. Для розкриття змісту концепції "креативні індустрії" необхідно брати до уваги історичні аспекти розвитку суспільства в XIX-XX та на початку XXI століття.

Спроби виміряти цінність культури з економічного погляду обмежені, оскільки культурна цінність набагато ширша, ніж цінність послуги, якою людина з творчими здібностями може сплатити за свою працю. У рамках цього положення підтверджується теза, що творчі люди — це не просто сукупність робочої сили найманих фахівців, а носії унікальних якостей, розвиток яких сприяє створенню та реалізації продуктів культури та мистецтва з економічною складовою.

В рамках визначення цінності зазначеної діяльності як механізму економічного зростання аналітики та експерти застосували одну з методологій розрахунку вкладу креативних індустрій в економіку країни. Використаний спосіб побудови математичної моделі цінності досліджуваної галузі було реалізовано у вигляді наступного алгоритму:

- визначення видів економічної діяльності, що підлягають включенню до розрахунку;
- формування формули розрахунку;
- збір статистики на рівні регіонів або муніципалітетів за видами економічної діяльності та соціально-економічними показниками;
- розрахунок вкладу креативних індустрій на регіональному та державному рівнях;
- виявлення в результатах розрахунків значень, що відхиляються від середніх, та їх інтерпретація;
- визначення сукупності проблем, що ускладнюють проведення більш точного розрахунку;
- вироблення рекомендацій вирішення зазначених проблем.

Як основа наближеної оцінки вкладу креативних індустрій було використано метод оцінки "міського продукту" (city product), узагальнюючого показника міської економіки. Даний метод розроблено Центром ООН з населених пунктів (UN-Habitat) з метою моніторингу прогресу в досягненні поставлених завдань розвитку

тисячоліття. Згідно з UN-Habitat, Метод оцінки "Міський продукт" включає наступні компоненти: національний продукт, вироблений галуззю економіки, частку зайнятих у відповідній галузі та співвідношення середніх рівнів заробітної плати у галузях міської та національної економіки. Оцінка сукупного показника визначається за допомогою наступної змішаної моделі (1):

$$E = A \times C \times D \div B \quad (1),$$

де E — міський продукт для галузі міської економіки;
A — національний продукт, вироблений галуззю економіки;

B — чисельність зайнятих у галузі національної економіки;

C — чисельність зайнятих у галузі міської економіки;

D — співвідношення середніх рівнів заробітної плати у галузі міської економіки та у галузі національної економіки.

За підсумками проведених обчислень було отримано наближену оцінку внеску креативних індустрій в економіку України. Вона була визначена у розмірі 4,98% від ВВП. Виявлені результати дозволяють зробити висновки про наявність однієї проблеми методологічного дослідження визначення результатів діяльності креативних індустрій — відсутність єдиної науково обґрунтованої методики.

Розвиток креативної економіки пов'язаний із певними умовами.

Вимоги, яких необхідно дотримуватись для розвитку креативного сектора, можна класифікувати за трьома основними областями. Вони визначають, що є найбільш суттєвим для суспільства, яке вбачає у розвитку креативної економіки інструмент економічного зростання. Йдеться про споживачів, трудові ресурси та просторі (мікрокліматі).

Передумовою збільшення внеску креативного сектора економіки у формування ВВП є рівень інтелекту та фінансової стабільності споживачів, кваліфікація та рівень професійної підготовки робочої сили, а також високорозвинене економічне та технологічне середовище, яке відкрите для новаторських рішень та має розвинену інституційну базу.

Простір, де спостерігається динамічний розвиток креативного сектору, характеризується високим рівнем економічного розвитку. У цьому просторі більшість населення не має проблем у задоволенні основних потреб, і надлишок фінансових ресурсів спрямовується на придбання продуктів креативного сектору, таких як відвідування концертів, кінотеатрів, театрів, покупка предметів мистецтва, інтер'єру та іншого [4].

Для розвитку креативної економіки важливим є характер споживача, якому призначена кінцева продукція. Тут можна виділити дві ключові умови: наявність значних соціальних верств з достатньо високим рівнем забезпечення та високий рівень інтелектуального розвитку споживачів. Це вказує на необхідність формування суспільства, в якому проживають заможні та освічені люди.

Продукція, яка виробляється в рамках креативної економіки, втрачає статус предмету першочергової потреби. Споживачі спочатку витрачають частину свого доходу на необхідні життєві потреби, такі як продукти

харчування, житло і одяг. Продукція з сфери креативних індустрій, таких як музика, кіно, театр, комп'ютерні ігри, знаходить попит серед споживачів, які мають достатньо коштів для задоволення базових потреб. Рекламна індустрія націлена на ці верстви населення, проводячи масштабні кампанії, оскільки тут відбувається конкуренція за великий частку доходів платоспроможного населення.

Наступною неодмінною умовою формування креативної економіки є рівень освіти споживачів. Необхідно, щоб споживач мав розвинений культурно-естетичний смак, і навіть високий рівень загальної споживчої культури.

Розвиток креативного сектора передбачає, щоб його споживач володів здатністю до естетичного сприйняття, надаючи перевагу не лише корисності та функціональності, а й естетичному аспекту запропонованої продукції. Важливим є також інтерес споживача до культурних цінностей, таких як кіно, театр, музика. Відомі представники цих галузей культурного сектору виступають амбасадорами креативної економіки.

Нарівні з культурною освітою споживача важливим є рівень його споживчої культури, здатність користуватися складними в технічному плані виробами. Необхідно володіти на споживчому рівні такими інформаційними та комунікаційними технологіями, як, наприклад, здатність завантажити з Інтернету нові музичні твори, замовити товар, що зацікавив, через Інтернет або запустити комп'ютерні ігри.

Вимоги креативної економіки до навичок і компетенцій людських ресурсів відрізняються від тих, що ставляться перед ними у виробничому секторі. Процес виробництва не передбачає необхідності особливих творчих здібностей, оскільки він орієнтований на масове виробництво стандартної продукції. У креативному секторі, навпаки, взаємодія вимагає оригінальних та інноваційних ідей, творчого потенціалу людини, і його продукція часто є унікальною, іноді навіть єдинорідною.

Все це створює нові вимоги до якості робочих ресурсів. Робітники креативного сектору повинні мати здатність до творчого мислення, генерації нових ідей та оригінальних рішень, а також вміння вивчати нові технології. Таким чином, однією з ключових вимог є високий рівень професійної підготовки, що грає значущу роль у становленні креативної економіки. Особливу увагу приділяється розвитку індивідуальних творчих здібностей людини. Системи навчання, які спонукають до зубріння матеріалу, втрачають свою актуальність.

Ще одним важливим чинником, який сприяє збільшенню внеску креативного сектора, є наявність творчого простору і його відкритість, що надає можливість творчим особистостям розвивати та втілювати нові ідеї. Творче середовище повинно бути відкритим та толерантним, готовим приймати кожну особу незалежно від її поглядів, культурних цінностей, віросповідання чи підходів до вирішення проблем. Цей простір не повинен обмежуватися догматичними уявленнями про ставтеві відмінності і має бути вільним від расової дискримінації.

Умовою формування сприятливого середовища для розвитку даного сектора економіки є добре розвинена інституційна інфраструктура. Важливим умо-

вою є інституційна підтримка, яка визначає розподіл різних грантів, реалізацію проектів, розвиток культурних традицій, проведення культурних заходів і підтримку різноманітних суспільних утворень, таких як, наприклад, школи народної творчості чи аматорські спілки. Для успішного функціонування інституційної системи підтримки креативної економіки важливо мати достатню фінансову підтримку та створити некорумповане середовище, яке гарантує можливість сучасному креативному працівнику знайти місце для реалізації свого таланту. Інакше, відбувається відтік творчих працівників до інших географічних регіонів [5].

Область креативних індустрій є невід'ємною частиною національного внутрішнього та зовнішнього середовища. Вона формується національною економікою, історією та культурою, що означає таке: креативні індустрії та національна економіка пов'язані двостороннім зв'язком. Розвиток сектору економіки, що характеризується, забезпечує нові робочі місця та нарощення національного багатства за рахунок використання майстерності, таланту та творчого потенціалу населення.

Креативні індустрії, що складаються з слабко пов'язаних підсекторів, не слід плутати із культурними індустріями. Останні спрямовані на досягнення соціальних та культурних цілей, тоді як перші підкреслюють важливість економічного результату діяльності. Вплив креативних індустрій на національну економіку, як правило, оцінюють за її роллю у боротьбі з безробіттям, вкладу у ВВП та зовнішню торгівлю, а також за іншими показниками.

Сьогодні дослідження креативних індустрій — одна з актуальних та популярних тем обговорень у академічному середовищі. Представники наукової спільноти акцентують увагу на різних характеристиках діяльності, що розглядається, а також визначають фактори, що сприяють їх виникненню, формуванню та розвитку. Однією з найважливіших, але в той же час недостатньо розроблених галузей наукового інтересу є вплив креативних індустрій на економіку. Серед компонентів національної економіки, що заслуговують на особливу увагу, виділяють такі:

- боротьба з безробіттям;
- частка у ВВП, додана вартість;
- зовнішня торгівля (експорт);
- соціальна інтеграція;
- соціальний та культурний розвиток;
- підвищення якості життя;
- боротьба з безробіттям серед молоді;
- інші показники соціально-економічного впливу.

Креативні індустрії сприяють створенню нових робочих місць, допомагають збільшити грошовий обіг суб'єктів креативної сфери, їх внесок у ВВП, а також сприяють розвитку експорту.

Важливо підкреслити, що креативні індустрії виникають, розвиваються і процвітають у певному середовищі: що містить сприятливі умови для ведення економічної діяльності, достатній обсяг робочої сили та інші характеристики, необхідні для збільшення доданої вартості вироблених продуктів та покращення соціально-економічних умов життя.

Наслідками розвитку креативної та культурної економіки буде постійне зростання концентрації креативних сфер та творчих особистостей у великих міських агломераціях, визначених як географічні "креативні центри". Також можливі географічна сегрегація, поглиблення нерівностей в доходах та відмінностей між розвиненими країнами та іншими регіонами світу.

Економісти та географи постійно звертали увагу на існування та зосередження капіталу у певних промислових центрах.

Зараз, внаслідок розвитку креативної економіки, спостерігається переселення населення з традиційних центрів промисловості в нові регіони з високою концентрацією творчих працівників, інновацій та галузей високих технологій, що знаходяться в стадії розвитку.

У відмінні від звичайних галузей промисловості, креативний сектор має тенденцію до концентрації у великих світових агломераціях. Виникнення таких "центрів творчості" вже не залежить від економічних чинників, які були актуальні раніше, таких як доступність природних ресурсів, транспортні комунікації, дешева робоча сила, податкові пільги та інші вигоди, надані місцевим урядом фірмам. Виникнення "центрів творчої активності" обумовлене факторами, такими як концентрація креативних професіоналів, які прагнуть знаходити творчу спільноту та відкритість до нових ідей, наявність освіченого та заможного споживача, а також наявність розвиненої інституційної інфраструктури. Тенденція креативного класу залишати традиційні промислові райони та шукати нові місця проживання з вищою концентрацією талановитих і креативних особистостей, інновацій та розвинутої галузі високих технологій, в перспективі стане більш помітною.

Як наслідок концентрації креативних особистостей та креативних галузей у багатомірних та різноманітних містах може виникнути постійне поглиблення географічної сегрегації, яке, в кінцевому підсумку, може спричинити занепад периферійних регіонів [6].

Оскільки можна передбачити, що креативні фахівці будуть вибирати можливості у великих та економічно розвинених містах, де зазвичай скупчені інтереси представників прибуткових галузей креативної економіки, подібна ситуація призведе до подальшого розриву між розвиненими та економіками, що розвиваються. Зі зростанням креативної економіки виходять на передній план відмінності між обмеженою кількістю економічно розвинених країн та іншими регіонами світу.

Розвиток креативної економіки можливий лише за наявності певних умов. Ця форма економіки виявляє зовсім інше здійснення порівняно з виробничим сектором і має висунуті вимоги щодо географічного розташування своїх "підприємств". Креативна економіка формується не там, де є дешева робоча сила, але переважно в областях, де сконцентровані творчі індивідуальності та наявний багатий шар споживачів.

Факторами, які сприяють зростанню участі креативної економіки у формуванні ВВП, є рівень освіти та доходів споживачів, кваліфікація та професійна підготовка фахівців у сфері креативного сектору, а також наявність відкритого для новаторських ідей робочого простору з високим економічним та технологічним рівнем, підтриманим розвинутою інституційною базою.

Відсталі регіони стикаються з великою кількістю проблем у цьому аспекті, оскільки їхня економіка не відповідає умовам, необхідним для розвитку креативного сектору: вони не мають достатньої кількості заможних споживачів, обмежені фінансовими ресурсами для підтримки сфери культури, діяльності аматорських груп та виділення субсидій. Економіка цих регіонів залишається на низькому технологічному рівні.

Отже, чи можна тоді припустити, що регіони з низьким рівнем розвитку ще більше відстають від багатих регіонів, які використовують переваги наявності у них необмежених ресурсів економічного зростання, зокрема інтелектуального потенціалу?

Незважаючи на це в сучасному, переповненому інформацією та глобалізованому світі і менш розвинені держави можуть користуватися економічними благами креативного сектору.

Для них може бути два напрямки дії. Перший полягає в акценті на створенні умов, необхідних для розвитку креативної економіки, залученні креативних фахівців та компаній. Для цього потрібно створити відкритий творчий простір, мережу освітніх установ, які зосередять свої зусилля на підготовці представників креативного класу, а також акцентувати увагу на пошуку фінансових ресурсів для розвитку галузей культури. Необхідно створити сприятливі умови для формування креативного класу, креативних та культурних галузей. Йдеться про створення інфраструктури для креативного сектору, яка не збігається з інфраструктурою класичного виробництва.

Другий варіант — привертання на свою територію не тільки креативних компаній, але й кінцевих споживачів їхньої продукції або творчих особистостей, щоб кошти, зароблені у центрах творчої активності, були витрачені на місці. Це можуть бути, наприклад, центри відпочинку або місця, пов'язані з організацією культурно-розважальних подій [7].

Сьогодні, необхідно замислитись над можливістю використовувати новий феномен, яким, безумовно, є творчість, і поєднувати його з технологічною зрілістю та накопиченими людством знаннями.

Така стратегія ґрунтується на наступних принципах: виховання у дітях духу творчої діяльності, сприяння розвитку талантів та створення сприятливих умов їх застосування, всебічна підтримка досліджень та інновацій, а також фінансова підтримка креативних галузей, захист прав інтелектуальної власності; підтримка створення креативних кластерів. Ще одним доказом того, що уряди окремих держав цілком усвідомили значення креативної галузі економіки для майбутнього економічного розвитку своїх країн, є стратегічні плани розвитку Гонконгу чи Сінгапуру.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Розвиток креативної економіки ґрунтується на новому явищі — необмежених ресурсах економічного зростання та на людській здатності до творчості. Креативність, яка виявляється у створенні нових ідей, що легко реалізуються та можуть бути комерціалізовані, здатна розширити виробництво без додаткового залу-

чення праці та капіталу. Цей феномен сприяє зростанню доданої вартості і є основним мотором економічного розвитку у високорозвинених економіках. Він базується на передумові необмежених творчих ресурсів та інтелектуально-креативного капіталу. Засвоєння цих ресурсів може призвести до значних змін, як не лише в економічній теорії, що базується на принципі обмеженості ресурсів та факторів виробництва.

Якщо виходити з припущення, що творчий потенціал людини є необмеженим джерелом економічного зростання, то в такому разі, економіки, засновані на використанні інтелектуально-креативного потенціалу окремої людини, будуть "набирати обертів", випереджаючи країни чи регіони, які роблять ставку на використання творчого капіталу.

Необхідні подальші, більш глибокі дослідження для пошуку відповідей і рішень, які могли б допомогти розвитку окремих регіонів з метою перешкодити розширенню прірви між рівнем життя в найбільш економічно розвинених та відсталих регіонах земної кулі в майбутньому.

Література:

1. Скиба М. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету [Електронний ресурс] / Микола Скиба. 2016. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/>
2. Howkins J. The creative economy: How people make money from ideas. Penguin, 2013. 304 p.
3. Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries. UNCTAD. 2018. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (дата звернення: 10.01.24).
4. Скільки українців займаються креативними індустріями [Електронний ресурс]. 2017. URL: http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505
5. Турський І. В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні [Електронний ресурс] / І. В. Турський. 2016. URL: <http://www.elartu.tntu.edu.ua>
6. Харламова А. В Україні поки немає розуміння, що креативна економіка — це сектор економіки [Електронний ресурс] / Анна Харламова. 2017. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_vukrayini-poki-nemaye-rozuminnya-scho-kreativna-ekonomika-ce-sektor-ekonomiki
7. Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. Економіка та суспільство. 2018. № 16. С. 192—200.

References:

1. Skyba, M. (2016), "Creative economy in Europe: 5 steps to take off", available at: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/> (Accessed 10 Jan 2024).
2. Howkins, J. (2013), The creative economy: How people make money from ideas, Penguin, London, UK.
3. UNCTAD (2018), "Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative

industries", available at: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (Accessed 10 Jan 2024).

4. The Village (2017), "How many Ukrainians are engaged in creative industries", available at: http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505 (Accessed 10 Jan 2024).

5. Turs'kyj, I.V. (2016), "Global and regional trends of creative industries and prospects for their development in Ukraine", available at: <http://www.elartu.tntu.edu.ua> (Accessed 10 Jan 2024).

6. Kharlamova, A.V (2017), "In Ukraine, there is still no understanding that the creative economy is a sector of the economy", available at: https://gazeta.ua/articles/economics/_vukrayini-poki-nemaye-rozuminnya-scho-kreativna-ekonomika-ce-sektor-ekonomiki (Accessed 10 Jan 2024).

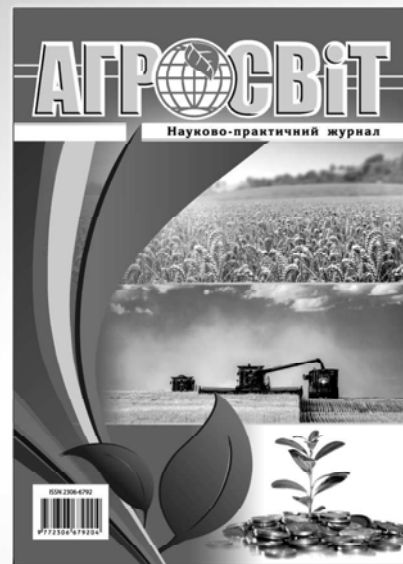
7. Pakulina, A.A. and Yevsieiev, A.S. (2018), "Innovative and creative economy as a condition for the modernization of the national economy of Ukraine", *Ekonika ta suspil'stvo*, vol. 16, pp. 192—200.

Стаття надійшла до редакції 30.01.2024 р.

АГРОСВІТ

<https://nayka.com.ua>

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

**Журнал включено до переліку
наукових фахових видань України
з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)**

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292