

Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України

Чевганова В.Я.

кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри економіки підприємства та управління персоналом
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка

Введенська А.В.

студентка
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка

Заплава О.Ю.

студент
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка

У статті обґрунтовано можливі напрями розвитку креативної економіки в Україні з огляду на досвід зарубіжних країн. Розглянуто основні сектори креативної економіки, досліджено позитивні результати її запровадження у зарубіжних країнах, зокрема Великобританії, Канаді, США та низці інших країн, які активно генерують креатив. Запропоновано авторську концепцію розвитку креативної економіки в Україні та визначено перешкоди її розвитку в державі на сучасному етапі.

Ключові слова: креативна економіка, творчість, міста, економічний розвиток, сектор, креативність.

Чевганова В.Я., Введенская А.В., Заплава О.Ю. КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: МИРОВОЙ ОПЫТ И УРОКИ ДЛЯ УКРАИНЫ

В статье обоснованы возможные направления развития креативной экономики в Украине, учитывая опыт зарубежных стран. Рассмотрены основные сектора креативной экономики, исследованы положительные результаты ее внедрения в зарубежных странах, в частности Великобритании, Канаде, США и ряде других стран, которые активно генерируют креатив. Предложена авторская концепция развития креативной экономики в Украине и определены препятствия ее развитию в государстве на современном этапе.

Ключевые слова: креативная экономика, творчество, города, экономическое развитие, сектор, креативность.

Chevganova V.Y., Vvedenska A.V., Zaplava O.Y. CREATIVE ECONOMY: GLOBAL EXPERIENCE AND LESSONS FOR UKRAINE

The article substantiates possible directions of creative economy development in Ukraine with taking into account the experience of foreign countries. In the article are considered main sectors of the creative economy, positive results of its implementation in foreign countries, particularly in the UK, Canada, the USA and a number of other countries which actively generate creativity. The author's concept of creative economy development in Ukraine is offered, obstacles of its development at the present stage in the state are defined.

Keywords: creative economy, creativity, cities, economic development, sector, creativity.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У розвинених країнах Заходу знання, інтелектуальні ресурси та інтелектуальна власність усе більше усвідомлюються як найважливіша рушійна сила нової економіки. У стратегії європейських країн підкреслюється важливість креативності, інновацій та підприємництва. Креативна економіка є одним із пріоритетних напрямів ЄС, в умовах глобальної економічної нестабільності вона є

більш стійкою до кризових ситуацій. Сектор креативної економіки в Україні поступово розвивається. У цілому можна констатувати, що в країні є вже достатня кількість ініціатив дрібних, малих і середніх бізнесів, які з кожним роком привертають усе більше уваги. У Києві, Львові, Харкові, Донецьку, Запоріжжі, Одесі та інших крупних містах України створюються творчі кластери, реалізуються спеціальні арт-проекти у сфері актуальних видів мистецтв та

традиційної художньої культури, створюються нові інституції, такі як агентства креативних індустрій, творчі резиденції, приватні галереї тощо. Але потрібно рухатися далі, використовуючи позитивний досвід країн світу, необхідно підтримувати розвиток творчої економіки як із боку приватних підприємців, так і з боку держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Креативній економіці присвячено праці таких науковців, як: Дж. Хокінс, який уперше увів поняття креативної економіки в журналі Business Week [16]; Р. Флоріда, який сформулював іншу інтерпретацію терміна «креативна економіка», поклавши в основу її специфіки ознаку професій, рід зайнятості працівників у творчій промисловості [17]; В.Я. Чевганова та Л.А. Свистун, які досліджували та обґрунтували необхідність поширення в Україні концепції сталого цілісного міського розвитку та функціонування креативних індустрій як засобів реновації міст [13]; Ю.М. Сиваш, робота якого присвячена оцінці креативного потенціалу регіонів України [18].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Досить багато науковців досліджують поняття креативної економіки, зазначають важливість її впровадження та розвитку в країні, формують проблеми та перспективи даного сектору економіки, проте актуальним залишається саме дослідження історії розвитку креативної економіки зарубіжних країн, умови її існування сьогодні та залучення цього досвіду в Україну.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – аналіз світового досвіду впровадження креативної економіки, оцінювання можливостей, перспектив і перешкод щодо подальшого розвитку цього сектору економіки в Україні, спираючись на досвід зарубіжних країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. Креативна економіка загалом зосереджена в Азії, Європі та Північній Америці. Азіатсько-Тихоокеанський регіон посідає перше місце у світі з креативу, він генерує \$743 млрд., або 33% світової економіки, та налічує 12,7 млн. робочих місць. Європа займає друге місце з \$709 млрд. (32%) і 7,7 млн. робочих місць. Північна Америка займає третє місце, генеруючи \$620 млрд. (27%) і 4,7 млн. робочих місць [1].

Найбільш успішними в економічному плані є сектори реклами, теле- і радіомовлення, дизайну і архітектурного проектування, інформаційних технологій. Дані творчі сектори обслуговують потреби місцевого бізнесу.

Архітектура, дизайн і проектування обслуговують будівельний бізнес і девелоперські проекти. Сфера дизайну розвивається повільними темпами і більшою мірою обслуговує ринок реклами, інформаційно-комунікаційних та медіатехнологій. Художній та антикварний ринки, музична індустрія, видавничий і літературний сектори, мода за всієї унікальності їхнього творчого продукту нестійкі в часі.

Великобританія має одну з найбільш розвинених креативних економік світу, яка глибоко історично укорінена та становить одну десяту всієї економіки країни. У креативному секторі залучено 2,5 млн. осіб. В останні роки кількість творчої робочої сили зростає швидшими темпами, ніж робоча сила у цілому. Креативна економіка Великобританії генерує майже £10 млн. на годину і зростає майже на 9% у рік [2].

Як зазначив професор Лондонського міського університету Енді Пратт, «Велика Британія не має централізованої політики щодо креативної економіки, але різні державні організації інвестують у неї гроші і час, надаючи підтримку діячам і підприємствам у креативній сфері» [3].

До найбільш креативно орієнтованих міст Великобританії слід віднести Внутрішній Лондон, Беркшир, Бакінгемшир, Оксфордшир та Західний Сассекс. Найпотужнішим регіональним кластером креативних бізнесів в Європі, як і слід було очікувати, залишається Внутрішній Лондон. Понад 386 тис. місцевих креативних підприємців щорічно генерують близько 19 млрд. фунтів, що становить 16% усієї економіки британської столиці. Лондон – на третьому місці з виробництва фільмів: кінематографічний рік тут складається приблизно з 14 тис. знімальних днів. Цьому сприяє насамперед вишукана архітектура міста. Також дуже істотний внесок в економіку і стиль життя міста здійснює культурна сфера, осередки якої, наприклад музеї, театри і концертні зали, щорічно залучають більше 15 млн. гостей з усього світу. Не дивно, що креативна економіка Британії досягла таких результатів, адже тільки за останні кілька років вона подарувала світу Джеймса Бонда і «Зоряні війни», нові альбоми Coldplay, Mark Ronson, Emile Sande, книги і фільми про Гаррі Поттера. Уряд усіх рівнів підтримує політику розвитку творчості, тому що бачить у ній ефективний спосіб економічного розвитку, створення нових робочих місць, вирішення соціальних проблем (особливо в бідних районах), а також перетворення міського простору. Творчі підприємці зазвичай

приходять в бідні, напівзруйновані й узагалі «проблемні» райони міста, тому що ціни на нерухомість там істотно нижче. Їх присутність досить швидко «облагороджує» район: тут виникають вулиці і квартали, де кипить життя, відкриваються нові кафе і магазини, впорядковуються будівлі і міська інфраструктура.

На відмінну від Великобританії Німеччина не розглядає кінематограф як напрям розвитку творчої економіки. Натомість креативна економіка країни охоплює 12 підсекторів: культуру, літературу, танці, театр, музику, дизайн, архітектуру, мовлення, пресу, рекламу, програмне забезпечення та ігри. Основою цієї економічної сфери стають креативні люди, які генерують ідеї та інновації. Основою креативної економіки виступають компанії, які працюють в інтересах отримання прибутку для створення, розроблення, виробництва і дистрибуції культурних та креативних продуктів.

Берлін із 3,4 млн. жителів є найбільшим і наймолодшим містом Німеччини: 23,2% всіх жителів міста – у віці до 25 років. Тут зосереджено більше 24 тис. креативних компаній зі 170 тис. співробітників. Берлін приваблює своєю особливою атмосферою, відкритістю до нового, високою толерантністю до несхожості, сучасним мистецтвом із дуже свіжим поглядом на світ [4].

Місто Райсбург (Німеччина) привертає творчих людей великою кількістю можливостей. Місцева влада цілеспрямовано працює на розвиток креативної економіки і створення умов для творчих компаній. Тут відкрили культурний центр для підтримки розвитку креативної економіки. А в міській адміністрації навіть з'явилася спеціальна посада на базі безстрокового контракту – менеджер кластеру «Культурна та креативна економіка». Варто відзначити, що в Німеччині креативні індустрії вже багато років є повноправним сектором економіки, який за багатьма показниками випереджає за темпами розвитку традиційні види індустрій. Для підтримки галузі уряд країни в 2007 р. заснував Ініціативу з розвитку культурних і творчих індустрій Федерального уряду Німеччини (Cultural and Creative Industries Initiative of the Federal Government). Основна мета Ініціативи – інформування громадськості про значущість креативного сектору. Також вона покликана допомогти цьому сектору економіки стати більш конкурентоспроможним і розвинути максимальний потенціал із погляду зайнятості населення. Ініціатива працює як на федеральному, так і на регіональному рівні.

Франція у 2012 р. створила France Créative – об'єднання учасників усіх напрямів культурних і творчих секторів. Партнери France Créative представляють 10 секторів, які сьогодні становлять багатство культури і творчості у Франції: музику, живий виступ, графічне і пластичне мистецтво, кіно, відеоігри, пресу, видавництво, радіо, телебачення та рекламу [5].

Результат креативної діяльності французів виражається у різних галузях:

- охорона здоров'я: система охорони здоров'я вважається найкращою у світі, а дослідницькі центри – одними з найбільш ефективних, наприклад такі, як інститут Пастера;
- розкіш, мода і дизайн: Франція – одна зі світових лідерів моди, парфумерії, вина, косметики, ювелірних виробів;
- туризм: 83 млн. відвідувачів на рік, Франція є одним із найбільш популярних туристичних напрямків у світі [6].

Нідерланди сьогодні є однією з найбільш стійких в економічному відношенні країн. Вона замикає десятку найбагатших країн у світі. Тут суспільство не поляризоване за розмірами доходів, а голландську економіку, орієнтовану на експорт, називають економікою знань і інновацій.

У Нідерландах 13 шкіл дизайну. Маленьку європейську країну (її населення – 15 млн. осіб) можна сміливо назвати країною архітекторів і дизайнерів. Дизайн став невід'ємною частиною розроблення будь-яких продуктів у Нідерландах – від банкет до кораблів. Мода, комп'ютерні технології, комунікації та навіть їжа – всюди присутня креативність [7].

Нідерланди займають лідируючі позиції у світі зі створення робочих місць, реєстрації брендів і патентів світової креативної індустрії. Нідерландські архітектори спроектували найбільш видатні проекти по всьому світу. У їх числі музей Mercedes-Benz, Штаб-квартира телемовлення корпорації CCTV у Пекіні, Беттері-парк у Нью-Йорку на Манхетені.

Мета Нідерландів – запровадити найрозвиненішу креативну економіку в Європі до 2020 р. Міцна основа, яка вже закладена, дає країні можливість вийти за межі власних кордонів і почати співпрацю з відповідними сторонами за кордоном.

Креативний кластер у Швейцарії, згідно з офіційними даними, об'єднує 13 індустрій: музику, видавничий бізнес, мистецтво, кінематограф, радіо, концертну діяльність, дизайн, архітектуру, рекламу, відеоігри та розважальне

програмне забезпечення, рукоділля, пресу і медійний бізнес, а також звукозаписну індустрію. Це досить великий та активний сегмент економіки. У тій чи іншій креативній галузі має бізнес кожна десята швейцарська компанія [8].

Компанії у сфері креативної економіки відкриваються у Швейцарії майже в три рази частіше, ніж в будь-якій іншій галузі. Цьому сприяє те, що Швейцарія має капіталомістку економіку із запасом інвестицій. Він значний і всередині країни, і за кордоном.

Завдяки активному внутрішньому ринку канадські креативні компанії надають економіці \$43 млрд., або 3,8% валового внутрішнього продукту (ВВП) [9]. Відокремивши економічні внески у туризм та сферу обслуговування, а також у сектор ІТ, можна зрозуміти, що канадська культура та мистецтво активно сприяють економіці цієї країни. Ця галузь також має велику соціальну цінність, визнану в Конвенції ЮНЕСКО про охорону та заохочення різноманітних форм культурного самовираження, залучаючи громадян до спільного використання різних форм культурного самовираження. Канада не включає у сферу креативної економіки такі підсектори, як кінематограф, дизайн, харчова індустрія. Країна налічує понад 2,24 млн. працівників у креативних секторах. Реклама, маркетинг та архітектура становлять досить велику частку творчої економіки держави [2].

США завдяки відносно високій кваліфікації працівників досягли досить високої вартості найманої робочої сили. Це сприяло науково-технічному прогресу в країні. Будь-якими засобами США сприяли розвитку науки й освіти, запозичили технології та розвивали власні, заохочували вчених і винахідників. Відокремлена від Європи та Азії двома океанами, велика частина США знаходиться в субтропіках, багата на природні ресурси і територію (лише в півтора рази менше Росії). США одна з небагатьох країн, яка може благополучно жити за автаркії.

Креативна економіка у США більш сконцентрована, ніж у Великобританії чи Канаді. Фактично «сильніші агломераційні економіки» в провідних містах Америки є ключовою рисою її творчої економіки. Згідно з новими даними Національного фонду мистецтв і Бюро економічного аналізу США, виробництво послуг виконавчих мистецтв зросло швидше, ніж мистецтво і культурне виробництво у цілому, вносячи \$44,5 млрд. в економіку країни. Американці вважають за краще більше витратити на такі заходи, як концерти, спектаклі й танцю-

вальні виступи. Це говорить про те, що мистецтво залишається цінним і бажаним товаром для американських споживачів і впливає на економічну життєздатність Америки. Театри внесли \$7,1 млрд., музика (включаючи джаз, рок, кантрі і артисти) – \$4,2 млрд., а симфонічні оркестри і камерні групи – \$2,1 млрд. Із 2006 р. мистецтво і культура США керують профіцитом торгівлі, який росте з кожним роком (нині він становить \$24,1 млрд.). У число підсекторів мистецтва і культури входять: фільми і телешоу (\$15,9 млрд.), кінематограф став чи не найяскравішим явищем культурно-мистецьких здобутків США ХХ ст. Центр американського кіновиробництва, розташований у передмісті Лос-Анджелеса, справді здобув славу для Америки. Найкращі фільми Голлівуду увійшли до золотого фонду світового кіно; творчість провідних голлівудських митців ретельно досліджувалася фахівцями-кінознавцями; видавнича діяльність у сфері мистецтв (наприклад ігри, програмне забезпечення для обробки фотографій) (\$9,9 млрд.), ювелірні вироби та срібло (\$8,1 млрд.), креативна реклама (\$7,1 млрд.). У США досить низькі податки на підприємницьку діяльність, що відкриває нові простори для креативу у сфері малого і середнього бізнесу [10].

Щодо країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, то в першу чергу слід звернути увагу на Японію та Китай. Сьогодні Японія ототожнюється з поняттям високих технологій. У це було важко повірити півстоліття тому, коли країна була зруйнована й існувала під впливом згубних наслідків Другої світової війни. Що стало основним чинником того, що Японія вирвалася в лідери з виробництва і модернізації різного роду винаходів?

Починаючи розслідування, що стосується «економічного дива» країни Висхідного сонця, варто передусім урахувати той факт, що велика частина інноваційної діяльності в країні спрямована на вдосконалення наявних технічних засобів. Наприклад, досить популярним є хенд-мейд, також японці стрімко розвиваються в ІТ-сфері, створенні створення фільмів та відео, комп'ютерних ігор, розробленні дизайну і виробництві меблів, скатертин тощо. Сьогодні Японія має найвищі показники ВВП, входить в десятку найбільших експортерів. Тут працюють найрозвиненіші креативні підприємства, де крім фізичної праці робітників використовуються їх творчі здібності. Необхідно відзначити, що на японських виробництвах постійно йде процес безперервного вдосконалення технологій,

методів, напрямів, форм, промислових ідей, а також моделей і організації керівництва процесами та людьми.

Китай має найбільший у світі ринок мистецтва. На ринку переважає традиційне мистецтво. Тим не менше продажі в сучасному та західному мистецтві зростають у міру розширення середнього класу в Китаї.

Мистецтво розглядається як спосіб залучення клієнтів у торгові центри. У китайських містах 3% площі торгових центрів присвячено мистецтву й культурі. Доходи касових зборів від живих розваг та театру ростуть, і в 2015 р. вони становили 1,9 млрд. фунтів стерлінгів, збільшившись на 9% порівняно з попереднім роком. Доходи від музичних концертів і фестивалів різко зросли – до 24%

Попит на дитячий і сімейний театр зростає в результаті зростання середнього класу в Китаї. Знайомство дітей із різними культурними подіями, включаючи театр, розглядається батьками як важлива частина їхньої освіти й особистого розвитку. Це призвело до збільшення на 21% касових зборів дитячого театру в період із 2014 по 2015 р. [11].

Китай має найбільш швидкозростаючу кіноіндустрію в світі і збирається обігнати Сполучені Штати як країну з найбільшою у світі кіноіндустрією. Китайський уряд запропонував новий закон, щоб форсувати ємність вітчизняної кіноіндустрії і підвищити якість китайських фільмів.

Китай є одним із найбільших ринків відеоігор у світі, на який припадає 25% світового ринку. Країні необхідно розвивати навички і можливості свого внутрішнього таланту, якщо він хоче реалізувати свої прагнення до вітчизняної кіноіндустрії, особливо у сфері VFX та комп'ютерної анімації [11].

На основі аналізу зарубіжних країн щодо розвитку їх креативності виокремимо сектори, які кожна з них відносить до креативної економіки (табл. 1).

Отже, виходячи з даних, наведених у табл. 1, бачимо, що такі сектори, як реклама, архітектура, дизайн, кінематограф, інформаційні та комп'ютерні технології та декоративно-прикладне мистецтво, є практично в усіх країнах. На нашу думку, популярність цих секторів зумовлена тим, що вони є найбільш

Таблиця 1

Сектори креативної економіки розвинених країн

Країна	Сектори креативної економіки
Франція	Реклама; музика; кінематограф; відеоігри; телебачення та радіо; видавництво; преса; сценічне мистецтво; декоративно-прикладне мистецтво.
Японія	Реклама; архітектура; дизайн; мода; кінематограф; туризм; творчі ремесла; телебачення та радіо; інформаційні та комп'ютерні технології; харчова індустрія; ринок антикваріату.
США	Реклама; архітектура; дизайн; кінематограф; телебачення та радіо; музика; видавництво; інформаційні та комп'ютерні технології; сценічне мистецтво; декоративно-прикладне мистецтво; ринок антикваріату.
Німеччина	Реклама; архітектура; дизайн; кінематограф; відеоігри; музика; інформаційні та комп'ютерні технології; преса; видавництво; сценічне мистецтво; література.
Великобританія	Реклама; архітектура; дизайн; мода; кінематограф; відеоігри; творчі ремесла; телебачення та радіо; музика; інформаційні та комп'ютерні технології; видавництво; декоративно-прикладне мистецтво; ринок антикваріату; сценічне мистецтво.
Канада	Реклама; архітектура; інформаційні та комп'ютерні технології; сценічне мистецтво; декоративно-прикладне мистецтво; туризм.
Нідерланди	Архітектура; дизайн; мода; відеоігри; телебачення та радіо; інформаційні та комп'ютерні технології; декоративно-прикладне мистецтво.
Швейцарія	Реклама; архітектура; дизайн; кінематограф; відеоігри; творчі ремесла; телебачення та радіо; музика; видавництво; декоративно-прикладне мистецтво; преса; сценічне мистецтво; відеоігри.
Польща	Реклама; архітектура; дизайн; мода; кінематограф; телебачення та радіо; музика; інформаційні та комп'ютерні технології; література; декоративно-прикладне мистецтво; видавництво.
Китай	Реклама; архітектура; дизайн; мода; туризм; творчі ремесла; харчова індустрія; декоративно-прикладне мистецтво; ринок антикваріату; інформаційні та комп'ютерні технології.

прибутковими та завжди залишаються актуальними у світі.

Такі сектори, як відеоігри, телебачення та радіо, музика, видавництво та сценічне мистецтво виділяє як креативні більшість країн.

Декілька країн виділяють такі сектори, як мода, туризм, творчі ремесла, преса, ринок антикваріату. Це зумовлено тим, що країни, які виділяють зазначені сектори як креативні, мають схильності до їх розвитку.

Лише дві країни виділяють такі сектори креативної економіки, як харчова індустрія, яка притаманна країнам Сходу (Японія та Китай), та література, що розвивається як креативний напрям у Німеччині та Польщі.

Японія принципово відрізняється від зазначеного переліку країн своєю кухнею. Японські страви з морепродуктів відомі в усьому світі. Це передусім відбувається через географічне положення країни, яка знаходиться на островах, тому в них є можливість швидко поставити свіжі різноманітні морепродукти, а не везти їх здалеку.

Отже, можна зробити висновок, що креативна економіка в усіх наведених країнах розвивається швидкими темпами в різних напрямках. Це зумовлює збільшення її частки у ВВП, створення нових робочих місць, диверсифікацію економіки, стимулювання нововведень тощо. Сьогодні Україна ще не має таких результатів, адже розвиток креативної економіки лише починає набувати сили. Зараз держава знаходиться у нестійкому економічному становищі.

Враховуючи такі негативні тенденції, як скорочення кількості промислових підприємств, зменшення чисельності зайнятих, підвищення зносу обладнання, посилення провідної ролі нафтогазовидобувних та енергетичних підприємств, що працюють із вичерпними природними ресурсами, на противагу високотехнологічним виробництвам, орієнтованим на інноваційну продукцію [12], розвиток креативної економіки може стати альтернативою та виходом із такого скрутного становища, адже головним двигуном цього сектору економіки перш за все є творчі особистості, а не обладнання чи природні ресурси.

Нині в Україні сектор креативної економіки розвивається нестабільно і займає незначне місце у сфері малого бізнесу. Для його повноцінного розвитку необхідний комплексний підхід, що забезпечує розроблення сучасних моделей територіального розвитку суб'єктів, розвитку секторів креативних індустрій.

Найбільш великим і швидкозростаючим в Україні є сектор інформаційних та

комп'ютерних технологій. Кожен зайнятий у цьому сегменті приносить нашій економіці \$30 тис. на рік, що в рази більше, ніж аналогічні показники в інших галузях креативної економіки. Внесок в економіку країни кожного із секторів креативної економіки зображений на рис. 1.

На нашу думку, враховуючи національні особливості України, вона перш за все схильна до розвитку таких секторів креативної економіки, як:

- декоративно-прикладне мистецтво, яке є багатим і різноманітним: художня обробка дерева, розпис, вишивання, ткацтво, різьблення, а також ще з давніх часів українці виготовляли багато різноманітного посуду: столового, господарського, декоративного, з кераміки та глини;

- сценічне мистецтво, адже останнім часом в Україні з'явилося багато нових театрів, зростає інтерес до народного та вуличного театру. Українське драматичне мистецтво дедалі активніше інтегрується в європейський культурний простір;

- мода, яка пов'язана з культурною спадщиною країни, українські вишиванки відомі в усьому світі, а вітчизняні дизайнери користуються попитом за кордоном;

- туризм, адже туристичні напрямки в Україні неймовірно різноманітні: тут є гори, моря, різні санаторії, замки і пам'ятки архітектури;

- музика, яка сьогодні славиться різноманітністю виконавців та їх оригінальністю;

- інформаційні та комп'ютерні технології, які останнім часом набувають стрімкого розвитку в Україні.

Для країни просування креативної економіки пов'язане з низкою проблем. Бракує передусім:

- розуміння значущості творчих індустрій для розвитку культури та креативної економіки;

- теоретичної бази: тема творчих індустрій практично не звучить і не висвітлюється в роботах сучасної культури і менеджменту;

- законодавчої бази, правових, фінансових і податкових механізмів підтримки та розвитку творчих індустрій;

- механізмів дотримання та захисту авторських прав.

Переваги впровадження креативної економіки для України:

1. Зменшення рівня безробіття, адже, як можна побачити з досвіду зарубіжних країн, досить велика частка населення зайнята у сферах креативної економіки.

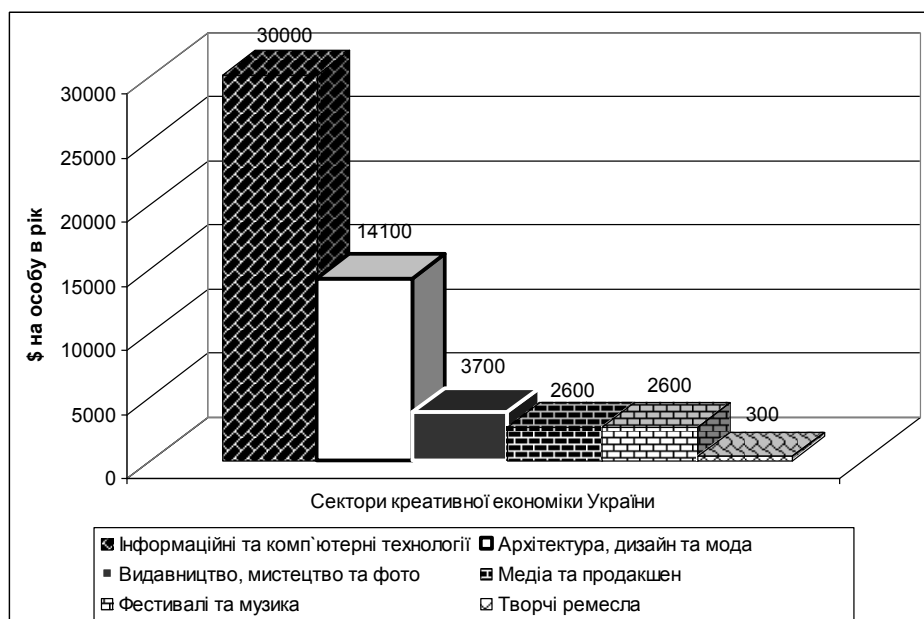


Рис. 1. Внесок кожного зайнятого у сфері креативної економіки за секторами [13]

2. Збільшення частки валового внутрішнього продукту. Світовий досвід указує на те, що за умов розвиненої креативної економіки ВВП може збільшитися до 10%. Нині ВВП на душу населення України становить \$2 582, що у п'ять разів менше, ніж середній показник у світі [14].

3. Диверсифікація економіки

4. Поліпшення загальної якості життя

З огляду на досвід зарубіжних країн, авторами сформовано певну концепцію розвитку креативної економіки в Україні.

По-перше, для ефективної діяльності креативної економіки необхідно залучитися підтримкою уряду, а саме створити спеціальні програми підтримки та розвитку креативних сервісів, продуктів та стартапів. Сьогодні творчим особистостям, які генерують креатив, досить важко втілити свої ідеї у життя через відсутність фінансування, тому через таку програму уряд виділяв би кошти на підтримку творчих проектів, що і подальшому сприяло б збільшенню частки надходжень до креативної економіки в Україні. До державної підтримки (за прикладом США) також слід віднести встановлення низьких податків на підприємницьку діяльність, це дасть змогу не тільки зменшити рівень тінізації економіки, а й буде стимулом для креативних підприємців створювати та розвивати власний бізнес, тим самим сприяти збільшенню надходжень до креативної економіки держави.

По-друге, необхідно заохочувати до креативу ще з дитинства, тобто через галузі освіти

створювати програми креативного розвитку молоді. Вони мають передбачати проведення креативних семінарів, тренінгів у школах та університетах; проведення творчих конкурсів, наприклад конкурсу на кращу ідею, пропозицію, за заданою темою, а переможцям надавати грант на реалізацію креативної задумки, адже відомо, що у дітей більш активне творче мислення, проте в Україні на це майже не звертають уваги. Така спрямованість держави позитивно відобразиться на розвитку креативної економіки, адже молодь буде мотивована на створення нового на основі своїх знань та ідей, проте за відсутності державної підтримки, тобто фінансування, творці будуть від'їжджати за кордон, створювати там підприємства та покращувати творчу економіку вже іншої країни, оскільки не бачитимуть тут умов існування бізнесу.

По-третє, варто залучити зарубіжних креативних знавців, щоб перейняти їхній досвід, створити спільні інституції, креативні об'єднання. В Україні вже проводяться такі заходи, наприклад у 2015 р. стартувала програма Creative Enterprise Ukraine, яку проводить Британська Рада спільно з британською агенцією з інновацій Nesta у більше ніж 15 країнах світу. Станом на 2018 р. проведено вже 15 тренінгів у восьми українських містах, проте не треба зупинятися на досягнутому, а постійно шукати нові зв'язки та шляхи креативного розвитку за прикладом Нідерландів, які, маючи висо-

кий рівень креативної економіки, відкриті до співпраці із зацікавленими країнами та успішно рухаються до своєї мети – запровадити найрозвиненішу креативну економіку найближчим часом.

Висновки з цього дослідження. Формування креативної економіки – це складний, багатоплановий та тривалий процес, що зачіпає інтереси великої кількості регіонів, підприємств, організацій і підприємців, а також фахівців, які в них працюють. Реалізація концепції креативної економіки відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу.

Світовий досвід показує, що за умов зацікавленості та підтримки уряду, розроблення відповідних програм розвитку можна створити креативну економіку досить високого рівня, яка забезпечуватиме економічне зростання країни протягом багатьох років. Тому Україні дуже важливо, спираючись на досвід зарубіжних країн, формувати власний креативний простір та створювати для його розвитку належні умови.

Перспективою подальших досліджень є формування напрямів розвитку окремих секторів креативної економіки в Україні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. The Global Creativity Index 2015. URL: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015>.
2. Comparing the Creative Economies of Canada, the U.K., and the U.S. URL: <https://www.citylab.com/life/2016/04/how-do-the-worlds-top-creative-economies-stack-up/479022/>.
3. Pratt A.C., Jeffcutt P. Creativity, Innovation and the Cultural Economy: Snake oil for the 21st Century? Creativity, innovation in the cultural economy. London, Routledge, 2009. P. 1–20.
4. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету. URL: https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/view_print/.
5. France Créative. URL: <https://www.economie.gouv.fr/creative-industry-promouvoir-excellence-industrielle-francaise>.
6. Créative France: notre pays, champion de la créativité et de l'innovation. URL: <https://www.economie.gouv.fr/creative-france-campagne-innovation>.
7. Голландський дизайн. URL: <http://www.interior.ru/design/event/2123-gollandskij-dizajn-brend-i-drajver.html>.
8. Creative Economy Report 2016. URL: <http://www.creativeeconomies.com/creative-economy-report-2016>.
9. The Conference Board of Canada. URL: https://www.conferenceboard.ca/topics/education/symposia/creative_economy.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1.
10. The National Endowment for the Arts. URL: <https://www.arts.gov/news/2016/arts-and-cultural-production-contributed-7042-billion-us-economy-2013>.
11. BOP Consulting. URL: <http://bop.co.uk/articles/a-snapshot-of-chinas-creative-industries>.
12. Чевганова В.Я., Свистун Л.А. Креативна економіка як основа інтегрованого розвитку міст України. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 58–69.
13. Як українці перетворюють ідею на гроші. URL: <http://project.liga.net>.
14. Міжнародний валютний фонд. URL: <https://www.imf.org/external/index.htm>.
15. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. NY: The Penguin press, 2001.
16. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее; пер. с англ. URL: <http://www.twirpx.com/file/745279>.
17. Сиваш Ю.М. Оцінка креативного потенціалу регіонів України. Міжнародні економічні відносини та економіка господарювання. 2017. № 15. С. 117–120.

REFERENCES:

1. Martin Prosperity Institute (2015) "The Global Creativity Index 2015", available at: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015> (Accessed 23 November 2018).
2. The site <https://www.citylab.com> (2013) "Comparing the Creative Economies of Canada, the U.K., and the U.S.", available at: <https://www.citylab.com/life/2016/04/how-do-the-worlds-top-creative-economies-stack-up/479022/> (Accessed 20 November 2018).
3. Pratt, A. C. and P. Jeffcutt (2009). Creativity, Innovation and the Cultural Economy: Snake oil for the 21st Century? Creativity, innovation in the cultural economy. A. C. Pratt and P. Jeffcutt. London, Routledge: 1-20.
4. The site <https://life.pravda.com.ua> (2016) "Kreatyvna ekonomika v Yevropi: 5 krokiv dlia zletu [Creative economy in Europe: 5 steps to take off]" available at: https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/view_print/ (Accessed 21 November 2018).

5. The site <https://francecreative.org/> (2012) "The sector of the creative economy" available at: <https://www.economie.gouv.fr/creative-industry-promouvoir-excellence-industrielle-francaise> (Accessed 23 November 2018).
6. The site <https://francecreative.org/> (2012) "Notre pays, champion de la créativité et de l'innovation" available at: <https://www.economie.gouv.fr/creative-france-campagne-innovation> (Accessed 23 November 2018).
7. The site <http://www.interior.ru> (2018) "Holandskyi dyzain [Dutch design]" available at: <http://www.interior.ru/design/event/2123-gollandskij-dizajn-brend-i-drajver.html> (Accessed 20 November 2018).
8. The official site Zurich University of the Arts Department of Cultural Analysis (2016) "Creative Economy Report 2016" available at: <http://www.creativeeconomies.com/creative-economy-report-2016> (Accessed 23 November 2018).
9. The Conference Board of Canada (2018) "The International Forum on the Creative Economy" available at: https://www.conferenceboard.ca/topics/education/symposia/creative_economy.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1 (Accessed 20 November 2018).
10. The site <https://www.arts.gov> (2016), "The National Endowment for the Arts." available at: <https://www.arts.gov/news/2016/arts-and-cultural-production-contributed-7042-billion-us-economy-2013> (Accessed 23 November 2018).
11. The site <http://bop.co.uk> (2017), "BOP Consulting." available at: <http://bop.co.uk/articles/a-snapshot-of-chinas-creative-industries> (Accessed 22 November 2018).
12. Chevhanova V. Ya., Svystun L. A. (2017), "Kreatyvna ekonomika yak osnova intehrovanoho rozvytku mist Ukrainy", [Creative economy as the basis of integrated development of Ukrainian cities] *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*. vol. 3, pp. 58-69.
13. The site <http://project.liga.net> (2017), "Kak ukrayntsi delaiut denhy na ydeiakh." available at: http://project.liga.net/projects/just_business/ (Accessed 21 November 2018).
14. The site <https://www.imf.org> (2017), Mizhnarodnyj valiutnyj fond, available at: <https://www.imf.org/external/index.htm> (Accessed 22 November 2018)
15. Howkins, J. (2001), *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, NY: The Penguin press.
16. Floryda, R. (2005), *Kreatyvnyj klass: liudy, kotorye meniaut buduschee* available at: <http://www.twirpx.com/file/745279>.
17. Syvash Yu. M. (2017) "Otsinka kreatyvnoho potentsialu rehioniv Ukrainy", [Estimation of creative potential of regions of Ukraine], *Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta ekonomika hospodariuvannia*. vol.15, pp. 117-120.