

**Швидка Оксана Полікарпівна**  
кандидат економічних наук, доцент,  
ВНЗ “КНЕУ ім.В.Гетьмана”, Україна  
**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-2875-2584>

e-mail: [shvydka.o@gmail.com](mailto:shvydka.o@gmail.com)  
**Shvydka Oksana Polikarpivna**  
Ph.D. / Sciences, Associate Professor,  
University “KNEU named after V. Hetman”, Ukraine

## **ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ КОМПАНІЙ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ**

## **FEATURES OF BUSINESS MODEL OF CREATIVE INDUSTRY COMPANIES**

### **Анотація**

У роботі визначено суть та класифікацію креативних індустрій. Обґрунтовано особливості бізнес-моделі компаній креативних індустрій.

**Ключові слова:** бізнес-модель, креативні індустрії, культурні індустрії, споживча цінність, бренд.

### **Summary**

The essence and classification of creative industries are defined in the work. The peculiarities of the business model of companies in creative industries are substantiated.

**Key words:** business model, creative industries, cultural industries, consumer value, brand.

---

В умовах світової глобалізації, синтезу діяльності та зросту творчого потенціалу суспільства економічна ситуація в світі стрімко змінюється. У багатьох країнах світу за останні роки набуло свого значення та виокремилось в окремий сектор економіки поняття «креативної економіки», який тісно пов'язаний з розвитком та застосуванням креативних індустрій. Відкритість доступу суспільства до бізнесу дає можливість виражати свій творчий потенціал, сміливо втілювати ідеї, при цьому, реалізовувати одну з головних функцій комерційного підприємства — отримання прибутку від збуту товарів чи послуг.

Нова економіка будується тими, хто використовує такі ресурси у бізнес-моделі: уяву, творчу енергію та знання для створення нових ідей та цінностей. Відповідно успіх часто залежить від використання синтезу творчості, підприємництва та технологічних інновацій.

Культурні індустрії та креативне підприємство — це відносно нові поняття в українському контексті, проте не нові явища (визначення «культурні індустрії» запровадили Адорно та Горкгаймер у своїй “Діалектиці просвітництва” 1947 року).

У визначенні ЮНЕСКО цей термін застосовується в тих галузях, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію змістів, які є нематеріальними і мають культурний характер [3]. Вони, як правило, захищені авторським правом, і можуть приймати форму товару або послуги. Залежно від контексту, культурні індустрії також можуть називатися креативними індустріями, або «галузями майбутнього».

Культурні індустрії — це “діяльність, в основі якої лежить індивідуальне творче начало, навик чи талант, і яка може створювати додану вартість і робочі місця шляхом створення та експлуатації інтелектуальної власності” [4].

Терміни «культурні індустрії» та «креативні індустрії» практично взаємозамінні. Зараз спостерігається перехід до нових форм культурних і креативних індустрій. У них зникає чіткий розподіл на виробників і споживачів контенту. Культурні та креативні галузі вважаються попередниками нових динамічних форм.

Під час переходу від індустріального суспільства до інтелектуального, творчий підхід до вирішення завдань стає важливим фактором конкурентоспроможності та розвитку бізнес-моделей.

Культурне підприємство передбачає перетворення творчого та інтелектуального ресурсу в “творчий продукт”, наприклад відеофільм, дизайнерську річ, і т.п. Для міст важливо скеструвати творчий потенціал підприємців через створення творчих осередків та середовищ у містах, які часто називають креативними кластерами.

Креативні кластери — це особливе місце, декілька підприємств, фірм, майстерень, офісів, які об'єднані в спільному просторі і зайняті в сфері культурного підприємництва [5].

Джастин О'Коннор відзначає, що зміна парадигми споживання впливає на виробництво (виходячи з того, що культура стає товаром), яке також розглядається крізь призму культури: культурне споживання пов'язане з освітою, стилем життя, дозволяям, ідентичністю. Відповідно споживається новий культурний товар, а культурне виробництво має нове ставлення до роботи, кар'єри, досліджень, амбіцій, щастя, успіху, при цьому культурні виробники мають потенціал формувати нові звички [6].

Уряд України 24 квітня 2019 р. затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Застосування переліку видів економічної діяльності, які нале-

жать до креативних індустрій, дозволить визначити їх внесок у валовий внутрішній продукт держави; частку осіб, зайнятих у цих сферах; кількість підприємств та їхній оборот тощо [1].

За даними ООН на частку креативної економіки припадає 3,4 % світового ВВП, що становить майже 1,6 трлн. дол. США й удвічі перевищує обсяги щорічних надходжень від міжнародного туризму. Щорічні темпи зростання у різних країнах варіюють від 4,3 % до 17,6 %, удвічі перевищуючи темпи зростання сфери послуг і в чотири рази перевищуючи темпи зростання сфери промислового виробництва. При цьому частка зайнятих у креативній економіці досягла 25 % населення світу.

Світові консалтингові компанії сміливо прогнозують: до 2025 року частка молоді серед зайнятого населення планети становитиме 75 %. Це споживачі, які понад усе цінують враження й новий досвід, — те, що в достатку пропонують креативні індустрії.

Серед лідерів з розвитку креативної економіки — Швейцарія, Швеція, Данія, Великобританія, Фінляндія, Ірландія, Нідерланди, Люксембург, Сингапур, Франція, Німеччина, Ізраїль, Норвегія. Україна посідає 42 місце у “Глобальному індексі інновацій” у секції “Результати креативної діяльності” [8].

Оскільки виробництво у сфері культури базується на інформації, то надзвичайний розвиток цифрових технологій і глобалізація мереж обміну інформацією зробили культурний сектор одним із самих динамічних у світі.

Разом з економічними вигодами креативна економіка створює нематеріальні цінності та забезпечує сталий розвиток, орієнтований на людину. Для посилення креативного сектора запроваджено сотні програм різного масштабу: від рівня ЮНЕСКО до муніципальних.

Україна не стоїть осторонь глобальних трендів. За дослідженням ЮНЕСКО внесок креативних індустрій у ВВП країни становить 4 %. Останніми роками у прокат виходить більше українських фільмів: за інформацією Держкіно, у 2018 році вийшло 35 повнометражних українських картин, які зібрали понад 198 млн грн.

Креативний підхід, який базується на капіталізації таланту людини та її інтелектуального потенціалу разом з прискореною розбудовою сервісної економіки на базі ІКТ, спроможні прискорити створення стратегічних потужностей національної економіки і постати каталізатором її модернізації та створення нової високотехнологічної економіки.

## **Література**

1. Урядовий портал // <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij>
2. Dr. T. Fleming. A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region. November 2007 — [nordicinnovation.net](http://nordicinnovation.net)
3. Офіційна сторінка ЮНЕСКО — [portal.unesco.org](http://portal.unesco.org)
4. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России / Отечественные записки // [www.strana-oz.ru](http://www.strana-oz.ru)
5. Британська CIDA — [www.cida.org](http://www.cida.org)
6. O'Connor J. From the Margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City // Popular Culture in the City, Vol 13, 1996.
7. Александер Остервальдер, Ів Пін'є, Грег Бернарда, Алан Сміт “Розробляємо ціннісні пропозиції” /пер. з англ. Роман Корнута.-К.: Наш формат, 2018 — 324 с.
8. <https://www.epravda.com.ua/news/2019/08/21/650775/>
9. Global Creativity Index: Ukraine Became 45th among 139 Countries. — Access Mode: <http://www.5.ua/suspilstvo/Hlobalnyi-indeks-kreatyvnosti-Ukraina-stala-45iu-zi-139-krain-95726.html>

## **References**

1. Uryadovyy portal // <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij>
2. Dr. T. Fleming. A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region. November 2007 — [nordicinnovation.net](http://nordicinnovation.net)
3. Ofitsiyna storinka YUNESKO — [portal.unesco.org](http://portal.unesco.org)
4. Hnedovskyy M. Tvorcheskye yndustry: polytychesky vyzov dlya Rossyy / Otechestvennyye zapysky // [www.strana-oz.ru](http://www.strana-oz.ru)
5. Brytans'ka CIDA — [www.cida.org](http://www.cida.org)
6. O'Connor J. From the Margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City // Popular Culture in the City, Vol 13, 1996.
7. Aleksander Osterval'der, Iv Pin'ye, Hreh Bernarda, Alan Smit “Rozroblyayemo tsinnisni propozytyi” /per. z anhl. Roman Kornuta.-K.: Nash format, 2018 — 324 s.
8. <https://www.epravda.com.ua/news/2019/08/21/650775/>
9. Global Creativity Index: Ukraine Became 45th among 139 Countries. — Access Mode: <http://www.5.ua/suspilstvo/Hlobalnyi-indeks-kreatyvnosti-Ukraina-stala-45iu-zi-139-krain-95726.htm>