

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Міжнародні економічні відносини

Галузь знань

29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність

292 «Міжнародні економічні відносини»

Форма навчання: Очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

**на тему «РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В РОЗВИНЕНИХ
КРАЇНАХ СВІТУ»**

здобувача Камілов Каміль Діляверович

Науковий керівник: Олійник Вікторія Володимирівна,
к.е.н., доцент

(підпис)

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

Завідувач кафедри:

к.е.н., доцент Бурмака М.О.

(підпис)

Київ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА
ГЕТЬМАНА»

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

**Освітньо-професійна
програма
Галузь знань**

Міжнародні економічні відносини

29 «Міжнародні економічні відносини»

Спеціальність

292 «Міжнародні економічні відносини»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

_____ С.І.Ткаленко

(підпис)

«___» _____ 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ М.О.Бурмака

(підпис)

«___» _____ 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти

Камілова Каміля Діляверовича

денної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В РОЗВИНЕНИХ
КРАЇНАХ СВІТУ»

Тему затверджено наказом ректора Університету від «___» _____ 2023 р. №

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи	
Розділ 1	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ
Розділ 2	АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ
Розділ 3	РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Об'єкт дослідження:	становлення та розвиток креативного сектору економіки Великобританії, який включає в себе різноманітні галузі розвитку
Предмет дослідження:	аналіз технологій, процесів та стратегій, що використовуються в креативному секторі економіки для досягнення економічного розвитку та соціального прогресу у країнах світу, а також ролі креативної економіки у формуванні нових ринків та розвитку інноваційних технологій
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	визначення та аналіз впливу креативного сектору на економіку та суспільство, виявлення ключових факторів успіху креативних індустрій, визначення тенденцій та перспектив їх розвитку

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	дослідити сутність та роль креативної економіки
	вивчити методи та інструменти розвитку креативного сектору економіки
	дослідити складові креативного сектору економіки: креативні індустрії та креативний клас
У розділі 2	аналіз розвитку креативного сектору в зарубіжних країнах
	дослідження стану креативного сектору економіки у Великій Британії
	дослідити інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії;
У розділі 3	проаналізувати стан та розвиток креативного сектору економіки в Україні
	дослідити шляхи вдосконалення розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«____» _____ 20__ р.

**Завдання одержав
здобувач**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«____» _____ 20__ р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 73 сторінки, 5 таблиць, 18 рисунків, список використаних джерел з 61 найменувань, додатки.

«РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ СВІТУ»

Об'єктом дослідження в даній роботі є становлення та розвиток креативного сектору економіки Великобританії, який включає в себе різноманітні галузі розвитку.

Предметом роботи є аналіз технологій, процесів та стратегій, що використовуються в креативному секторі економіки для досягнення економічного розвитку та соціального прогресу у країнах світу, а також ролі креативної економіки у формуванні нових ринків та розвитку інноваційних технологій.

Метою даного дослідження є визначення та аналіз впливу креативного сектору на економіку та суспільство, виявлення ключових факторів успіху креативних індустрій, визначення тенденцій та перспектив їх розвитку.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- дослідити сутність та роль креативної економіки;
- вивчити методи та інструменти розвитку креативного сектору економіки;
- дослідити складові креативного сектору економіки: креативні індустрії та креативний клас;
- аналіз розвитку креативного сектору в зарубіжних країнах;
- дослідження стану креативного сектору економіки у Великій Британії;
- дослідити інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії;
- проаналізувати стан та розвиток креативного сектору економіки в Україні;
- дослідити шляхи вдосконалення розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду.

Практичне значення отриманих результатів: Дослідження теми має велику наукову значущість для різних галузей знань і для розвитку України в цілому. Дослідження цієї теми може допомогти зрозуміти основні закономірності та механізми функціонування креативної економіки, що дасть змогу ефективніше використовувати ресурси та стимулювати розвиток відповідних галузей. Також вивчення креативної економіки в розвинених країнах світу може бути корисним для українських компаній, які прагнуть виходити на зовнішні ринки, зокрема, шляхом експорту креативних товарів та послуг.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2023.

Рік захисту роботи 2023.

Ключові слова: стратегія, стратегія розвитку, інформація, інформаційна економіка, ефективність підприємства, стратегічне управління

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»

Камілова Каміля Діляверовича

на тему ”Розвиток креативного сектору економіки в розвинених країнах світу”

1. Обґрунтування актуальності обраної теми, витриманість логічного ланцюга тема-об’єкт-предмет-мета-завдання-висновки, відповідність побудови роботи її назві, взаємозв’язок назв розділів та підрозділів (0-10 балів): 10 балів.
 2. Рівень аналізу та повноти розгляду теоретичних концепцій, понятійного апарату досліджуваної предметної галузі; якість аналізу бібліографічних джерел; достатність глибини теоретичних досліджень за темою; цінність теоретичних висновків (0-10 балів): 10 балів.
 3. Якість та глибина проведених аналітичних досліджень, застосування аналітичних розрахунків, якісного та кількісного аналізу, відповідність методів і засобів досліджень меті й завданням дослідження, коректність інтерпретації результатів дослідження (0-15 балів): 15 балів.
 4. Оцінка результатів досліджень; обґрунтування напрямів, наявність альтернативних підходів до вирішення досліджуваної проблеми, можливість впровадження результатів дослідження, рівень обґрунтування запропонованих рішень (0-15 балів): 15 балів.
 5. Чіткість, обґрунтованість, практичне значення, можливість реалізації висновків (0-10 балів): 10 балів.
 6. Оформлення роботи та дотримання графіку виконання БДР (0-10 балів): 10 балів.
 7. Позитивні сторони дипломної роботи: автором досліджено роль креативного сектору в розвитку економіки та суспільства; розглянуто креативні індустрії та креативний клас; досліджено та оцінено стан розвитку креативного сектору Великої Британії; проаналізовано стан та перспективи розвитку креативного сектору в Україні.
 8. Недоліки роботи: робота суттєвих недоліків не містить.
- Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи (0-70 балів): 70 балів.
- Допущення КБР до захисту перед ЕК: кваліфікаційну бакалаврську роботу виконано згідно вимог та допускається до захисту перед ЕК.

Науковий керівник

доцент, доцент, к.е.н.

Олійник В.В.

“6” червня 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	6
1.1 Сутність та роль креативної економіки	6
1.2 Методи та інструменти розвитку креативного сектору економіки	13
1.3 Складові креативного сектору економіки: креативні індустрії та креативний клас	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ	25
2.1 Аналіз розвитку креативного сектору в зарубіжних країнах.....	25
2.2 Дослідження стану креативного сектору економіки у Великій Британії.....	33
2.3 Інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії.....	35
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	48
3.1 Стан та розвиток креативного сектору економіки в Україні.....	48
3.2. Шляхи вдосконалення розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду.....	53
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	73

ВСТУП

Актуальність теми. Креативний сектор економіки стає все більш важливим у світі глобалізації, технологій та інновацій. В розвинених країнах світу креативний сектор економіки став значущим джерелом економічного зростання та створення робочих місць, що дозволяє підтримувати високий рівень життя населення. Сьогодні креативна економіка є важливим інструментом для підтримки інновацій та технологічного розвитку. Креативність та інновації є необхідними для розвитку нових продуктів та послуг, що в свою чергу сприяє економічному зростанню та конкурентоспроможності країн.

Креативний сектор економіки має важливу роль у збереженні та розвитку культурної спадщини та ідентичності країни.

Зараз креативна економіка стає все більш глобальною, тому важливо досліджувати її розвиток та вплив на економіку та суспільство в різних країнах світу. Крім того, розвиток креативної економіки потребує створення відповідних правових, фінансових та інфраструктурних умов, що також є важливими аспектами дослідження даної теми.

Отже, можна стверджувати, що тема "Креативна економіка в розвинених країнах світу" є дуже актуальною та важливою для дослідження та розвитку в сучасних умовах. Вона допомагає підтримувати економічне зростання, створювати нові можливості для бізнесу та вдосконалювати культурну та соціальну інфраструктуру країни, що в свою чергу сприяє підвищенню якості життя населення. Креативна економіка також допомагає розвивати міжнародний культурний обмін та сприяє підтримці культурної різноманітності.

Аналіз наукових праць. Серед зарубіжних дослідників, які досліджували креативний сектор економіки можна назвати: Р. Флорід, К. Лерч, Дж. Хауланд, К. Стюарт, І. Русинська, М. Яценко .

Метою дослідження креативної економіки в розвинених країнах світу є визначення та аналіз впливу креативного сектору на економіку та суспільство, виявлення ключових факторів успіху креативних індустрій, визначення тенденцій та перспектив їх розвитку.

Відповідно до поставленої мети нам потрібно дослідити такі завдання:

1. Дослідити сутність та роль креативної економіки;
2. Вивчити методи та інструменти розвитку креативного сектору економіки;
3. Дослідити складові креативного сектору економіки: креативні індустрії та креативний клас;
4. Аналіз розвитку креативного сектору в зарубіжних країнах;
5. Дослідження стану креативного сектору економіки у Великій Британії;
6. Дослідити інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії;
7. Проаналізувати стан та розвиток креативного сектору економіки в Україні;
8. Дослідити шляхи вдосконалення розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду.

Об'єктом дослідження є становлення та розвиток креативного сектору економіки Великобританії, який включає в себе різноманітні галузі розвитку.

Предметом дослідження є аналіз технологій, процесів та стратегій, що використовуються в креативному секторі економіки для досягнення економічного розвитку та соціального прогресу у країнах світу, а також ролі креативної економіки у формуванні нових ринків та розвитку інноваційних технологій.

Теоретико-методологічною основою дослідження праці вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері дослідження креативного сектору економіки, статистичні та інформаційні дані, наукові праці, статті та конференції.

Методологічна основа дослідження креативної економіки включає в себе використання статистичного аналізу та порівняльного аналізу даних для виявлення тенденцій у розвитку креативного сектору економіки розвинених країн світу, а також кейс-стаді та інтерв'ю з фахівцями та підприємцями, що дозволяє визначити ключові фактори успіху та проблеми, що виникають у процесі розвитку креативних індустрій. Аналіз даних статистики та економіки - цей метод дозволяє зібрати та обробити великий обсяг інформації про стан та тенденції розвитку креативної економіки в різних країнах світу. Зокрема, проаналізовано дані про розмір креативного сектору економіки, вклад цього сектору в економіку країни, кількість робочих місць, структуру креативних індустрій, тенденції витрат та прибутків тощо. Експертні оцінки - цей метод дозволяє отримати думки та рекомендації від експертів у галузі креативної економіки.

Практична значущість роботи. Дослідження теми має велику наукову значущість для різних галузей знань і для розвитку України в цілому. Дослідження цієї теми може допомогти зрозуміти основні закономірності та механізми функціонування креативної економіки, що дасть змогу ефективніше використовувати ресурси та стимулювати розвиток відповідних галузей. Також вивчення креативної економіки в розвинених країнах світу може бути корисним для українських компаній, які прагнуть виходити на зовнішні ринки, зокрема, шляхом експорту креативних товарів та послуг.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та бібліографії використаних джерел. Всього робота містить 73 сторінки, з них 5 таблиць, 18 рисунків і 5 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Сутність та роль креативної економіки

Важливий внесок у вивчення креативності 70-х років минулого століття зробив американський психолог Д. Гілфорд, модель інтелекту якого посіла центральне місце в американській психології того періоду і стала відправною точкою визначення креативності. Досліджуючи зв'язок між інтелектом і креативністю, Д. Гілфорд розрізняє конвергентне мислення, яке спрямоване на аналіз проблеми для вибору одного з доступних шляхів її вирішення, і дивергентне мислення, яке спрямоване на створення якомога більшої кількості способів вирішення проблеми. Конвергентне мислення є основою інтелекту, тоді як дивергентне – основою креативності та творчої діяльності. За Гілфордом, обсяг знань визначає верхню межу успішності творчої діяльності, тобто робиться висновок, що рівень креативності людини визначається її інтелектом [1].

Науковці визначають сутність креативної економіки з різних поглядів. Одні вважають, що це економіка, яка заснована на творчості та інтелектуальній власності, інші вбачають у креативній економіці засіб збагачення людського життя за допомогою творчих індустрій.

Креативна економіка розвивається разом з розвитком технологій, змінами у споживацьких потребах та соціальних процесах. Можна виділити кілька етапів її еволюції:

Перший етап (до 1950-х років) – це початок розвитку культурної індустрії. Основна увага приділялась виробництву мистецьких та культурних товарів, таких як книги, журнали, фільми, музика тощо.

Другий етап (1960-1970-ті роки) – це час розвитку технологій, який відобразився в появі нових видів мистецтва, таких як комп'ютерна графіка, музика, відеоарт тощо. Також почав формуватись ринок мистецьких та культурних товарів.

Третій етап (1980-1990-ті роки) – це період зростання ринку культурної індустрії та появи нових форм креативної діяльності, зокрема, дизайну, архітектури, реклами, моди та інших сфер.

Четвертий етап (2000-ті роки і пізніше) – це час інтенсивного розвитку технологій, що приводить до зміни споживацьких звичок та створення нових форм креативної економіки, таких як електронна комерція, віртуальні світи, мобільні додатки тощо.

Цей процес є неперервним, і він продовжується і далі, відображаючи вплив соціальних та технологічних змін на креативну економіку.

Термін «креативна економіка» вперше ввів у науковий обіг Джон Хокінс у 2000 році у своїй праці «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях». За Хокінсом, у креативній економіці знання та інформація є лише ресурсами, а основним економічним рушієм є креативність як здатність створювати нові корисні форми. Продукт творчості можна знайти в технологіях, нових бізнес-моделях тощо. втілену інновацію. За Хокінсом, креативна економіка об'єднує п'ятнадцять секторів креативних індустрій, заснованих на інтенсивному використанні творчих та інтелектуальних ресурсів і виробництві авторських прав, патентів, авторських розробок дизайну чи торгових марок [5].

Експерт Світового банку Ч.Лендрі у своїй праці «Creative city» розглядає креативну економіку як вирішальний фактор формування сучасної постіндустріальної цивілізації. Відповідно до підходу Лендрі, людські здібності та культура замінили такі традиційні чинники економічного розвитку регіональних економічних систем, як розташування та природні ресурси, а культура стала рушієм регіонального розвитку з існуючого простору, часто за рахунок субсидій. Лендрі обирає концепцію креативного міста як частини

креативної економіки як складного набору таких елементів, як культурні ресурси, соціальні підприємства, механізми співпраці, інноваційна інфраструктура та креативне мислення [10].

Одним з популярних визначень креативної економіки є визначення, запропоноване Джоном Хауеллом, який вважає, що креативна економіка включає в себе ті галузі економіки, які мають у своїх основах творчість, мистецтво, культуру та інтелектуальну власність. Він вважає, що креативна економіка передбачає створення, виробництво та дистрибуцію товарів та послуг на основі креативності та інновацій. [11].

Отже, визначення сутності креативної економіки є досить широким та багатограним, і може варіюватися залежно від автора та його підходу до теми.

Деякі інші визначення креативної економіки, запропоновані вченими:

За визначенням Джона Хауленда та Джона Банка (John Howkins, John Banks), креативна економіка - це економіка, заснована на створенні та комерціалізації ідей і знань. Вони вважають, що це сектор, в якому люди створюють матеріальні та іматеріальні товари, що мають культурну вартість. [11].

За визначенням Річарда Флориди (Richard Florida), креативна економіка - це економіка, заснована на висококваліфікованих людських ресурсах та технологічному розвитку. Він вважає, що успішні регіони та міста зосереджуються на привабливості для креативних професій, таких як мистецтво, дизайн, музика та технології. [2].

За визначенням Девіда Тернера (David Throsby), креативна економіка - це економіка, яка поєднує культурну та комерційну діяльність. Він вважає, що креативна економіка включає в себе галузі, такі як мистецтво, дизайн, архітектура, видавництво, музика та кіноіндустрія. [8].

За визначенням Андрю Прайса (Andrew Price), креативна економіка - це сукупність галузей, які зосереджуються на створенні, розробці та комерціалізації продуктів, що мають культурну та творчу складову. Він вважає,

що це включає в себе галузі, такі як дизайн, музика, відеоігри та програмне забезпечення.

Спробуємо порівняти визначення сутності «креативна економіка» за різними вченими табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Порівняння сутності «креативна економіка» [16]

Вчений	Визначення
Д. Харві [12].	Креативна економіка - це економіка, яка залежить від творчого потенціалу, тобто від людських знань та навичок, які прискорюють інноваційний процес і забезпечують зміну і розвиток галузей та продуктів.
Р. Флоріда [9].	Креативна економіка - це економіка, що базується на виробництві творчих інтелектуальних продуктів та послуг, які забезпечують конкурентні переваги національним господарствам, містам та регіонам.
Д. Лангер та А. Найт[18].	Креативна економіка - це економіка, яка використовує творчість, знання та інтелектуальну власність для створення матеріальної та нематеріальної вартості.
К.Л. Маккелла [10].	Креативна економіка - це економіка, яка включає в себе виробництво та розповсюдження творчих ідей, продуктів та послуг. Це галузь економіки, яка є ключовим фактором для забезпечення інноваційного та сталого розвитку.
К.П. Саузбері [13].	Креативна економіка - це економіка, яка використовує творчість, інтелектуальну власність та технології для створення матеріальної та нематеріальної вартості.

Ці визначення подібні між собою в тому, що вони акцентують на важливості творчого потенціалу та знань для створення матеріальної та нематеріальної вартості. Крім того, всі вони вказують на те, що креативна економіка включає в себе виробництво творчих продуктів та послуг. Нижче подано порівняльну таблицю визначень креативної економіки відомих вчених, яка деталізує зазначені раніше відмінності та спільні риси їхніх визначень табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Порівняльна таблиця визначень креативної економіки відомих вчених, яка деталізує зазначені раніше відмінності та спільні риси їхніх визначень

Автор	Визначення креативної економіки
Річард Флоріда	Економіка, заснована на розумі, таланті, творчості та інноваціях
Джон Хауланд	Галузь економіки, що забезпечує переважання продукції, заснованої на знаннях та таланті
Девід Торнберн	Економіка, заснована на таланті, здібностях, навичках та знаннях
Джеремі Рівкін	Галузь економіки, що базується на здібностях та творчості, що забезпечують конкурентоспроможність
Кейт Окуліч	Система виробництва та розповсюдження продуктів, що базується на знаннях, творчості та інноваціях
Андреас Рейтер	Галузь економіки, що забезпечує виробництво та розповсюдження творчих продуктів, що мають високу додану вартість

Джерело: [1-6]

Хоча визначення відрізняються у своїх деталях, вони в основному збігаються в тому, що креативна економіка включає в себе виробництво творчих продуктів та послуг, заснованих на знаннях, таланті, навичках та інноваціях. Крім того, вони наголошують на тому, що креативна економіка є конкурентоспроможною та здатною забезпечити високу додану вартість.

На сьогодні у світовій економічній літературі немає єдиного визначення поняття «креативна економіка». З цієї причини ЮНКТАД визначає креативну економіку як «концепцію, засновану на творчих активах, які потенційно можуть призвести до економічного зростання та розвитку» [14].

Особливості креативної економіки можна виділити наступні:

- **Творчість та інновації:** креативна економіка базується на створенні нових та оригінальних продуктів та послуг, що вимагає творчості та інноваційних підходів.
- **Інтелектуальна власність:** виробництво творчих продуктів та послуг часто пов'язане з використанням інтелектуальної власності, що створює додаткову цінність та захищає права власників.
- **Соціокультурний контекст:** креативна економіка пов'язана з культурою та суспільством, що вимагає врахування соціокультурного контексту при розробці продуктів та послуг.
- **Глобалізація:** креативна економіка є глобальним явищем, що зумовлює потребу в розвитку міжнародних зв'язків та мережевих структур.
- **Гнучкість:** креативна економіка вимагає гнучкості та адаптивності до змін, що дозволяє реагувати на зміни у попиті та ринкових умовах.
- **Залучення ресурсів:** креативна економіка вимагає залучення різних ресурсів, таких як людський капітал, фінансові ресурси, технічні засоби та матеріали.
- **Співпраця та взаємодія:** креативна економіка часто базується на співпраці та взаємодії між різними галузями та секторами економіки.

Розглянемо вплив креативної економіки на розвиток соціальної економіки націй і регіонів у чотирьох сферах: економіка, суспільство, культура та точка сталого розвитку.

Для країн, що розвиваються, і для економік, заснованих на ресурсах, економічний фактор визначається в основному можливістю економічної диверсифікації. Розвинутий креативний сектор позитивно впливає на імідж країни; разом із основними принципами креативного суспільства – відкритості, толерантності, співпраці, креативний сектор покращує умови інвестування в країні та сприяє залученню інвестицій. Економічний вплив також включає стимулювання внутрішнього попиту країни та податкових надходжень.

Крім того, розвиток креативного сектору сприяє створенню робочих місць не лише у креативних індустріях, а й у суміжних галузях (які є

споживачами креативних індустрій). За типом діяльності підприємства традиційних галузей переважно малі та середні. Ці малі підприємства часто включають невеликих місцевих виробників, які виробляють рідкісний та унікальний продукт. Використання своєї продукції представниками творчого колективу, які задовольняють цим продуктом свої емоційні, естетичні та духовні потреби, забезпечують локальну продукцію, а отже, місцеві групи людей можливістю відвідування.

Креативні індустрії сприяють продуктивності та конкурентоспроможності інших секторів економіки, оскільки вони підтримують інновації, надаючи творчі ідеї для нових продуктів. Вони використовуються у виробничих процесах, а також для підтримки маркетингу нових продуктів (наприклад, програмного забезпечення та дизайну відповідно [28]. Через креативні індустрії там запроваджується проектна організація методів роботи, яка не була прийнята раніше будівлі компаній стають більш горизонтальними та мережевими, а творчість як інструмент починає використовуватися в дуже широкій сфері проблем завдяки знанню вирішення проблеми створення [29], може бути пов'язано з новими соціальними методами, тобто «нові ідеї», стратегії, технології, які сприяють вирішенню важливих завдань у суспільстві та викликають зміни в суспільстві: нові соціальні методи, освітні методи, охорона здоров'я, соціальна комунікація), які використовують нові методи чи технології» [22].

Про вплив суспільства свідчить також той факт, що креативні індустрії створюють можливості для самооцінки, а отже, сприяють зміцненню самооцінки, розвитку людських здібностей і, разом із зростанням освіти, загалом добре - перебування в суспільстві.

Класичне визначення креативної економіки – це «сукупність економічних відносин між людьми у виробництві, розподілі, обміні та споживанні продуктів, які створюють певну економічну систему» [15]. Тому ми розуміємо креативну економіку як ряд специфічних економічних та економічних відносин, що виникають у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання, заснованих

на незвичайних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях і кроках, які забезпечують вирішення рішень. соціально-економічні проблеми на основі нових знань і рішень.

Таким чином, креативна економіка відіграє важливу роль у розвитку сучасного суспільства. Вона стимулює інновації, розвиток культурних та творчих індустрій, підвищення якості життя населення, залучення іноземних інвестицій, підвищення економічного зростання та конкурентоспроможності країни.

Крім того, креативна економіка є важливим джерелом збагачення культурного досвіду суспільства та збереження культурної спадщини. Вона забезпечує зростання зайнятості та розвиток нових форм зайнятості, які вимагають креативних та інноваційних підходів. Креативна економіка також є важливим елементом в економічній політиці держави, оскільки вона забезпечує стимулювання підприємництва та інновацій, сприяє створенню нових ринків та підвищенню економічної конкурентоспроможності країни.

У світі креативна економіка стала однією з найбільш динамічно розвиваючихся галузей економіки. Її розвиток став можливим завдяки технологічному прогресу, збільшенню доступу до інформації та зростанню культурної свідомості суспільства.

1.2 Методи та інструменти розвитку креативного сектору економіки

Креативна економіка поширюється на багато різних рівнів політичної відповідальності та державного управління. Є багато інституційних недоліків, які перешкоджають успіху креативної економіки. Серед основних недоліків:

- недостатня інтеграція культурних цілей в економічну, технологічну та соціальну політику;

- недостатнє поширення політики, законів і нормативних актів, пов'язаних з культурною та креативною економікою, для покращення розуміння їхньої культурної та економічної цінності для всіх зацікавлених сторін;
- недостатній потенціал інституцій для впровадження, моніторингу та оцінки політики, стратегій, програм і проектів з обмеженими результатами;
- потреба у міжінституційних зв'язках і мережах.

Багато іноземних урядів заснували спеціальні міністерства, відомства або спеціалізовані підрозділи, що займаються креативними індустріями, майже всі сфери державної політики мають певну взаємодію з цими галузями, включаючи наступні механізми взаємодії рис. 1.1.



Рис. 1.1 – Механізми взаємодії креативного сектору економіки з державою

Джерело: розроблено автором на основі джерел [11-15]

Вплив взаємодії сфер креативного сектору з державними органами:

■ економічний розвиток: креативні галузі можуть зробити значний внесок у національне економічне зростання, що робить їх центром інтересів Казначейства, Міністерств фінансів і Департаменту планування.

■ торгівля: творчі товари та послуги є важливим елементом міжнародної торгівлі більшості країн і, таким чином, підпадають під політичний нагляд Департаменту торгівлі, закордонних справ і міжнародних відносин.

■ регіональне зростання: креативний сектор може бути конкретною мішенню для стратегій розвитку в контексті регіонального економічного планування.

■ робоча сила: вплив креативних індустрій на зайнятість є значним, що робить їх сферою інтересів для політики ринку праці.

■ внутрішні та зовнішні інвестиції: інвестиції в креативні індустрії можна стимулювати або спрямовувати в певних напрямках за допомогою спеціальних фіскальних або регуляторних заходів.

Багатогранний характер креативних індустрій означає, що існує неминучий підхід до розробки державної політики в широкому підході до розвитку креативних індустрій, отже, креативної економіки. Такий підхід вимагає ефективних інституційних механізмів координації політики в різних організаціях, відповідальних за цю сферу [21, с. 27-28].

Існує кілька методів розвитку креативного сектору, серед яких можна виділити наступні:

- Створення сприятливих умов для розвитку креативних індустрій, включаючи забезпечення доступу до капіталу, підтримку прав на інтелектуальну власність, створення мережі майданчиків для виставок та презентацій, розвиток інфраструктури та ін.
- Розвиток кластерів креативних індустрій, які забезпечують концентрацію креативних підприємств та інституцій на певній території, що дозволяє забезпечити економії масштабу, співпрацю та забезпечення доступу до спільних ресурсів.

- Підтримка культурної та креативної різноманітності, що передбачає підтримку малих та середніх підприємств, підтримку різноманітних культурних проектів та ініціатив, забезпечення доступу до культурних послуг та продуктів творчості.
- Розвиток креативних освітніх програм та досліджень, що передбачає підготовку кадрів та ведення науково-дослідницької роботи у галузі креативної економіки.
- Створення механізмів фінансування та підтримки креативних проектів, що забезпечує залучення інвестицій та підтримку креативних підприємств.

Ці методи можуть використовуватися окремо або в комбінації один з одним для досягнення максимальної ефективності розвитку креативного сектору.

Інструменти розвитку креативного сектору економіки можуть бути різноманітними та залежать від конкретних умов та потреб країни. Однак, серед загальновизнаних можна виділити наступні:

- Фінансова підтримка - державні та приватні інвестиції в креативні проекти та інфраструктуру, гранти та стипендії для молодих талантів.
- Створення інкубаторів та просторів для творчості - студії, лабораторії, коворкінги, майданчики для проведення культурних подій та фестивалів.
- Просування та маркетинг - розробка брендів та стратегій маркетингу для креативних продуктів, виведення їх на міжнародні ринки.
- Навчання та підвищення кваліфікації - створення курсів, семінарів, майстер-класів для підвищення рівня знань та навичок у сфері креативної економіки.
- Партнерство та співпраця - залучення до співпраці різних галузей та секторів економіки для створення нових креативних продуктів та послуг.

- Розвиток інфраструктури - створення спеціалізованих майданчиків для проведення культурно-мистецьких заходів, будівництво театрів, концертних залів, музеїв, галерей тощо.

Ці інструменти можуть бути використані окремо або в поєднанні між собою для розвитку креативного сектору економіки.

Існує кілька способів, якими держави можуть заохочувати розвиток креативної економіки:

Фінансування: Уряди можуть надавати фінансову підтримку креативним проектам і індустріям через гранти, кредити та інвестиції. Це може допомогти стартапам і підприємствам вирости та розвинути, що в свою чергу створює нові робочі місця та сприяє зростанню економіки.

Законодавство: Держави можуть створювати законодавчу базу, яка б сприяла розвитку креативної економіки. Це може включати зменшення податків для підприємств креативної індустрії, спрощення процесу реєстрації та отримання ліцензій, а також захист інтелектуальної власності.

Розвиток інфраструктури: Уряди можуть інвестувати у розвиток креативної інфраструктури, такої як простори для спільної роботи, хакерспейси, коворкінги та інші простори, які можуть забезпечити умови для збільшення колаборації та розвитку інновацій.

Освіта: Держави можуть вкладати у розвиток освіти в галузі креативної економіки. Це може включати фінансування програм підготовки фахівців для креативної індустрії, створення навчальних матеріалів та сприяння розвитку навичок, які є необхідними для роботи в цій галузі.

Тому існує потреба в ефективній та гнучкій інституційній основі, яка сприятиме розробці та реалізації плану дій, заснованого на довгостроковій стратегії розвитку економіки створення.

Для впровадження креативного сектору спочатку зарубіжні країни розробляються процес розробки узгодженої загальної державної політики. Можна очікувати створення Спільного секторального комітету управління креативною економікою як постійно діючої організації, яка відіграватиме

важливу роль у створенні державної політики за участю державних службовців з усіх залучених секторів. Такий комітет також проводитиме регулярні обговорення (принаймні двічі на рік) із важливими професійними асоціаціями та установами креативного сектору, щоб краще реагувати на зміни та очікування креативних індустрій від імені уряду, а також на потреби дизайнерів.

Ще одним кроком можна вважати створення Центру креативної економіки як платформи для сприяння створенню мереж і партнерства, обміну досвідом, збору та розповсюдженню інформації, досліджень і державної політики, а також для сприяння відносинам між креативними підприємствами, приватний сектор і наукові кола. Цей центр був би місцем зустрічі дизайнерів, де також можна було б проводити майстер-класи, інформувати про роботу, її потенціал, що слугувало б стимулом для розвитку методів креативних медіа в країні. Центр або кілька центрів можуть бути створені на національному, муніципальному чи регіональному рівні [21, с. 219].

Трудове та соціальне законодавство: у багатьох країнах підприємці в творчих організаціях все ще є частиною неформального та/або сильно фрагментованого сектора. Таким чином, вони не користуються звичайними правами та обов'язками, передбаченими загальним трудовим законодавством.

Соціальна та економічна безпека важлива для зміни старого хибного уявлення про те, що творчий сектор — це лише неповний робочий день або рекреаційна діяльність. Потрібне комплексне національне законодавство для регулювання професійної діяльності та їхніх відносин з роботодавцями з метою створення соціальної та економічної безпеки для цих працівників.

Необхідно узгоджувати національну політику щодо креативної економіки з міжнародними тенденціями та міжнародною кооперацією. Сьогодні креативна економіка важлива на кількох аренах багатосторонніх переговорів і міжнародної політики. Основним завданням є розвиток потенціалу креативної економіки для сприяння справедливому розвитку та зменшення бідності. Завдяки різноманіттю креативної економіки уряди можуть скористатися

досвідом і платформою системи Організації Об'єднаних Націй для аналізу, орієнтованого на політику, технічної допомоги та своєчасного втручання в різні сфери інституційної спроможності [21, с. 260].

1.3 Складові креативного сектору економіки: креативні індустрії та креативний клас

Креативний сектор економіки складається з креативних індустрій та креативного класу.

Креативні індустрії включають в себе галузі, які створюють та розвивають творчі продукти та послуги.

Креативний клас складається з людей, які займаються творчою діяльністю та використовують свої таланти для створення нових ідей та продуктів..

Креативні індустрії є основою креативної економіки. Креативні індустрії вважаються соціокультурним феноменом, який нерозривно пов'язаний із пізньоіндустріальними та ранніми постіндустріальними суспільствами. У зв'язку з технологічною зміною способу виробництва та переходом до постіндустріальної економіки відбулася зміна видів і змісту праці. Послаблення робочого часу призводить до модернізації соціально-трудових відносин, що сприяє виробництву якісних нових моделей товарів і послуг і, як наслідок, формуванню нового сектору – креативної економіки.

Визначення креативних індустрій, сформульоване в 1998 році Управлінням цифрових технологій, культури, медіа та спорту Великобританії (DCMS), є традиційним: «Креативні індустрії — це види діяльності, засновані на творчих принципах, навичках або таланті людини, які містять потенціал для створювати додану вартість і робочі місця шляхом виробництва та використання інтелектуальної власності» [14].

Терміни «культурні індустрії» часто використовуються як синоніми, але в деяких дослідженнях культурні індустрії виокремлюються в окремий сектор креативних індустрій [16]. Наразі ЮНЕСКО не проводить чіткого розмежування між цими поняттями та використовує термін «індустрії культури» для тих галузей, які «поєднують створення, виробництво та

комерціалізацію нематеріального контенту, що має культурний характер». У той же час важливим аспектом індустрій культури є те, що вони є «центральною для збереження культурного розмаїття та забезпечення демократичного доступу до культури. Цей подвійний характер поєднання культурного та економічного, на думку ЮНЕСКО, надає творчим/культурним індустріям особливого профілю» [14].

ЮНКТАД, міжнародна організація ООН, визначає креативну індустрію як процес створення, виробництва та поширення товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основне джерело. Існує декілька моделей класифікації креативних економічних структур. У даній роботі буде розглянуто класифікацію креативних індустрій від ЮНКТАД, але буде інтерпретована в залежності від країни, яка аналізується, оскільки загальної статистичної бази наразі немає. Згідно з ЮНКТАД, креативні індустрії поділяються на чотири основні групи: культурна спадщина, мистецтво, медіа та функціональні групи. Кожна з цих груп поділяється на дев'ять підгруп, які перераховані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Структура креативних індустрій за методологією ЮНКТАД

Культурна спадщина	Традиційні вирази культури: художні промисли, фестивалі та свята; Культурні об'єкти: археологічні пам'ятки, музеї, бібліотеки, виставки тощо.
Мистецтво	Образотворче мистецтво: живопис, скульптура, фотографія та антикваріат); Сценічне мистецтво: жива музика, театр, танці, опера, цирк, ляльковий театр тощо).
Медіа	Видавнича справа та друковані засоби масової інформації: книги, преса та інші видання; Аудіовізуальні медіа: кіно, телебачення, радіо та ін. мовлення.
Функціональна група	Дизайн: інтер'єр, графічний дизайн, мода, ювелірні вироби, іграшки; Нові медіа: архітектурні, рекламні, культурно-рекреаційні, творчі дослідження та розробки (НДДКР), цифрові та інші супутні творчі послуги. Креативні послуги: архітектурні, рекламні, культурні та рекреаційні, креативні дослідження та розробки (НДДКР), цифрові та інші супутні творчі послуги.

Джерело: складено автором на основі [14, с. 8]

ЮНКТАД описує креативні індустрії як сферу економіки, яка базується на знаннях та творчості, але не обмежується лише тим. Вони забезпечують прибуток через продаж продуктів та прав інтелектуальної власності, включаючи як матеріальні, так і нематеріальні продукти та послуги з високою економічною цінністю. Креативні індустрії знаходяться на перетині ремісництва, сфери послуг та промисловості і виявляють високу динаміку у збільшенні своєї частки у світовій торгівлі. Останніми роками було розроблено різні моделі для систематичного розуміння структурних характеристик креативних індустрій, кожна з яких має своє обґрунтування залежно від мети та режиму роботи індустрій. Розглянемо дані моделі:

- DCMS модель (The Department for Digital, Culture, Media & Sport) є результатом спроби змінити економіку Великобританії наприкінці 1990-х років на економіку, яка б базувалася на креативності та інноваціях в конкурентному світі. "Креативні індустрії" - це ті, що вимагають творчості, майстерності та таланту, і мають потенціал для створення багатства та робочих місць через використання їхньої інтелектуальної власності. Хоча практично всі 13 індустрій, які входять до DCMS, можуть бути визначені як "культурні" за попередньою термінологією, уряд Великобританії вважає кращим використовувати термін "креативні" для опису цих індустрій, щоб уникнути можливих конотацій високої культури, які асоціюються з терміном "культурний".

- Модель символічних текстів, яка походить з традиції критично-культурних досліджень, є типовою для підходу до культурних індустрій, особливо в Європі та Великобританії. У цій моделі "високе" чи "серйозне" мистецтво розглядається як провінція суспільно-політичного істеблішменту, тому увага зосереджується на популярній культурі. Ця модель відображає процеси формування та передачі культури суспільства через промислове виробництво, поширення та споживання символічних текстів або повідомлень

за допомогою різних засобів масової інформації, таких як кіно, телебачення та преса.

■ Модель концентричних колів базується на ідеї, що культурна цінність культурних продуктів надає їм головний критерій віднесення до певних галузей. Чим більше виражений культурний зміст певного товару або послуги, тим більш імовірно їх включення до відповідної індустрії. Згідно з цією моделлю, творчі ідеї виникають у провідних сферах мистецтва у вигляді музики, тексту та зображень, і поширюються на зовнішній світ через шари «концентричних колів». Ця модель була використана для класифікації креативних індустрій у Європі.

■ Модель авторських прав, яку використовує Всесвітня організація інтелектуальної власності, базується на індустріях, які прямо або опосередковано беруть участь у створенні, виробництві, трансляції та розповсюдженні авторських прав. У цій моделі акцент робиться на інтелектуальній власності як на результаті творчості, яка використовується для створення товарів та послуг. Індустрії, які безпосередньо створюють інтелектуальну власність, відрізняються від тих, що є необхідними для передачі товарів та послуг споживачам. Також існують "часткові" авторські індустрії, в яких інтелектуальна власність є лише незначною частиною діяльності. [21, с. 6].

Немає «правильної» чи «неправильної» моделі креативних індустрій, є лише різні способи опису характеристик креативної виробничої структури. Тому привабливість різних моделей може відрізнятися залежно від мети аналізу. Однак, з точки зору збору статистичних даних, загальні визначення та загальний метод класифікації необхідні як основа для створення практичної концепції роботи з креативними галузями в загальній системі промислових одиниць, що працюють у всій економіці.

Важливою віхою у застосуванні концепції «креативних індустрій» стала XI Міністерська конференція ООН з торгівлі та розвитку в 2004 р. На цій конференції тема креативних індустрій була включена до міжнародного порядку денного розвитку економіки та на основі на рекомендаціях надають

перевагу групі високопоставлених осіб у питаннях створення та розвитку промисловості [21, с. 7].

За визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), креативні індустрії

- охоплюють цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, де креативність та інтелектуальний капітал є ключовими ресурсами.
- включають знання, що базуються на мистецтві, але не обмежуються ним, та потенційно приносять дохід від торгівлі та прав інтелектуальної власності.
- містять матеріальні та нематеріальні продукти та послуги з творчим змістом, економічною цінністю та ринковим потенціалом.
- перетинаються з секторами виробництва та послуг, створюючи новий динамічний сектор у світовій торгівлі. [21, с. 8].

ЮНКТАД підходить до креативних індустрій як до будь-якої економічної діяльності, що виробляє символічні продукти, які мають велику вартість у сфері інтелектуальної власності та на ринку загалом. ЮНКТАД розрізняє дві категорії креативної діяльності - традиційні культурні заходи та більш комерційно-орієнтовані заходи, такі як рекламна, видавнича та медіа-діяльність. Культурні індустрії розглядаються як одна з підгруп креативних індустрій.

Креативні індустрії мають широкий спектр, що взаємодіє з різними секторами. Вони можуть включати традиційні знання та культурну спадщину, а також технологічні та сервісні сектори, такі як аудіовізуальні та нові медіа. UNCTAD класифікує креативні індустрії на чотири категорії: спадщина, мистецтво, медіа та функціональні твори.

Р. Флорида визначає креативний клас як працівників, що займаються креативними професіями, і відносить до нього вузьких фахівців креативних індустрій та креативних професіоналів.

За Флоридою, креативний клас розвивається завдяки принципу "трьох Т": технології, таланту та толерантності. Ці складові взаємодіють між собою і дають можливість креативному класу розкрити свій потенціал. Для цього важливо мати розвинену технологічну базу, достатньо талановитих людей та толерантне середовище. Толерантність є важливою умовою для залучення людського капіталу, що в свою чергу підвищує конкурентоспроможність середовища.

Для креативного класу важливі індивідуальні цінності, можливості самовираження, різноманіття креативної активності та відкритість середовища. Якщо середовище має розвинену технологічну базу, але низький рівень толерантності, креативні працівники можуть залишити його на користь більш толерантних місць.

А. Журавльов стверджує, що інтелектуальний потенціал є найважливішим фактором розвитку креативного класу. Цей потенціал складається з таких компонентів, як людський потенціал (освіта, спорт, культура, зайнятість, професійний рівень, демографія, охорона здоров'я), організаційний потенціал (інфраструктура освіти, науки і НДДКР, чисельність і структура магістрантів, аспірантів, кандидатів і докторів наук, фінансування, законодавство та комунікації в сфері освіти), інформаційний потенціал (інформаційні системи і технології, знання), міжнародний потенціал (імідж країни, економічні, політичні, освітні, наукові, культурні зв'язки зі світом), процесний потенціал (сучасні методи і технології в галузях економіки, виробництва, менеджменту, у соціальній сфері й ін.), структурний потенціал (структура економіки і суспільства, підприємницькі і суспільні організації і союзи), інноваційний потенціал (напрями фундаментальних і прикладних НДДКР і технологічних розробок), їхнього фінансування, винахідницька активність населення, захист об'єктів інтелектуальної власності та потенціал конкурентоспроможності (галузева структура конкурентоспроможності, зв'язки з ринками, розвиток високотехнологічних виробництв, їх частка у ВВП і експорті). [17]

Таким чином, креативна економіка впливає на економіку країни, зокрема, через сприяння створенню нових робочих місць, збільшення виробництва та підвищення економічного зростання. Креативні індустрії можуть створювати значну додану вартість, а також підтримувати розвиток інших галузей економіки.

Креативна економіка також може сприяти формуванню інноваційної економіки, оскільки вона заохочує розвиток нових ідей та технологій, що можуть бути використані в інших галузях. Крім того, креативні індустрії можуть впливати на туристичний сектор, збільшуючи привабливість країни для відвідувачів та підвищуючи її міжнародний імідж.

Загалом, креативна економіка може бути важливим джерелом економічного зростання та розвитку країни, сприяючи створенню нових робочих місць, збільшенню виробництва та підвищенню економічного потенціалу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ

2.1 Аналіз розвитку креативного сектору в зарубіжних країнах

Розвиток креативного сектору є важливим елементом економіки зарубіжних країн. За даними Організації Об'єднаних Націй, креативний сектор забезпечує більше 3% ВВП країн ЄС, а у США - більше 4% [25]. Крім того, креативний сектор є важливим джерелом робочих місць, які можуть бути залучені до економіки на підставі творчих та інноваційних здібностей.

Розвиток креативного сектору в зарубіжних країнах охоплює різноманітні галузі, такі як музика, кіно, театр, видавництво, дизайн, медіа та інші. Кожна з цих галузей має свої особливості та виклики.

Наприклад, в галузі музики та кіно важливим фактором є захист авторських прав та прав інтелектуальної власності. У багатьох країнах існують спеціальні закони та організації, що забезпечують захист прав творців та сприяють їхньому розвитку.

У галузі дизайну та медіа важливими є інноваційність та використання сучасних технологій. В деяких країнах існують спеціальні програми підтримки та фінансування молодих дизайнерів та медіа-професіоналів.

У багатьох зарубіжних країнах існують спеціальні фонди, гранти та програми підтримки креативного сектору, які сприяють розвитку нових проектів та ініціатив, що сприяють економічному зростанню та інноваційному розвитку.

Розглянемо динаміку світового експорту креативних товарів і послуг за 2010–2020 рік, (млрд. дол. США) на рис. 2.1.

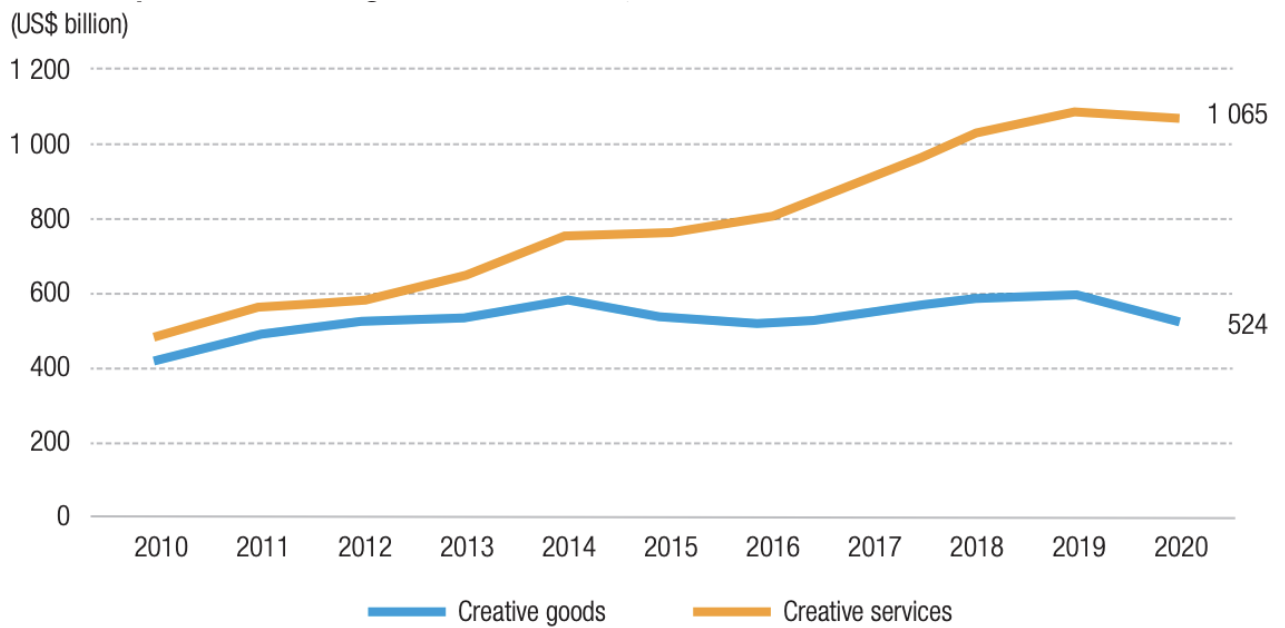


Рисунок 2.1 – Світовий експорт креативних товарів і послуг, 2010–2020

Джерело: [27]

Торгівля творчими товарами та послугами приносить зростаючий прибуток для країн, але експорт творчих послуг значно перевищує експорт творчих товарів (рис. 2.1). Світовий експорт креативних товарів зріс з 419 мільйонів доларів США в 2010 році до 524 мільйонів доларів США в 2020 році, а світовий експорт креативних послуг зріс з 487 мільярдів доларів США до майже 1,1 трильйона доларів США за той самий період. Експорт креативних товарів і послуг відокремився протягом останніх кількох років завдяки значному збільшенню експорту програмного забезпечення та послуг з досліджень і розробок, а також так званій «дематеріалізації» певних креативних товарів (через оцифрування деякі товари все більше стають креативними послугами).

Динаміка експорту креативної економіки світу з 2015 по 2021 рік показує зростання обсягів експорту креативних товарів та послуг. За даними Організації Об'єднаних Націй, обсяг світового експорту креативних товарів та послуг зросла з \$509 млрд у 2015 році до \$624 млрд у 2019 році, що становить зростання на 22,6%. Однак, через пандемію COVID-19, обсяг експорту

креативної економіки у 2020 році скоротився на 3,3% порівняно з 2019 роком, до \$604 млрд.

За даними ООН, у 2019 році США були найбільшим експортером креативних товарів та послуг, з обсягом експорту в \$225 млрд, що становить 36% від загального обсягу світового експорту креативної економіки. Друге місце по обсягу експорту креативних товарів та послуг займає Велика Британія з \$98 млрд (15,7%), третє місце - Німеччина з \$64 млрд (10,3%) [25].

У той же час, країни ЄС в цілому є важливими експортерами креативних товарів та послуг. У 2019 році обсяг експорту креативної економіки з країн ЄС склав \$208 млрд, що становить 33,3% від загального обсягу світового експорту.

Важливими галузями експорту креативної економіки є кіно та відео, музика, видавництва та реклама, дизайн, архітектура та інші. Розвиток інформаційних технологій та платформ для онлайн-контенту також допомагає зростанню експорту креативних товарів та послуг.

З 2011 року країни, що розвиваються, експортують більше креативних товарів, ніж розвинені економіки (рис. 2.2). Більше того, на невелику групу економік припадає понад дві третини світового експорту творчих товарів. У 2020 році Китай був найбільшим експортером творчих товарів (169 мільярдів доларів США), за ним йшли Сполучені Штати Америки (32 мільярдів доларів США), Італія (27 мільярдів доларів США), Німеччина (26 мільярдів доларів США) і Гонконг (Китай) (24 мільярдів доларів США).

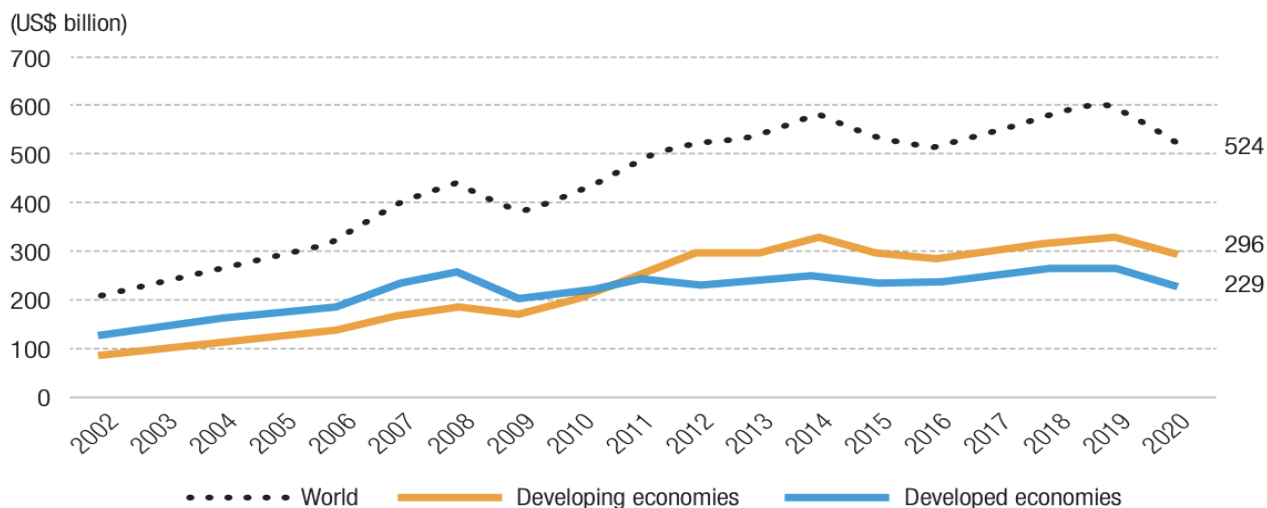


Рисунок 2.2 – Експорт усіх творчих товарів країнами, що розвиваються, і розвиненими економіками, 2002–2020 рр.

Джерело: [27]

У світовому масштабі частка всіх креативних товарів у загальному експорті дещо знизилася з 2002 по 2020 рік, зменшившись з 3,2 відсотка у 2002 році до 3 відсотків у 2020 році.

Через технологічний розвиток склад експорту креативних товарів суттєво змінився за останні два десятиліття. Експорт компакт-дисків, DVD-дисків, касет, газет та інших друкованих матеріалів зменшився, тоді як експорт носіїв інформації та відеоігор різко зріс. Продукти дизайну домінують у торгівлі творчими товарами. У 2020 році на товари для дизайну припадало 62,9 відсотка загального експорту творчих товарів, за ними йшли продукти нових медіа (13,4%), ремесла (8%), образотворче мистецтво (6,2%), видавнича справа (5,4%), аудіовізуальні товари (3,1%) та сценічне мистецтво (1%). Серед дизайнерських товарів основними експортними товарами є товари для дизайну інтер'єру (20,1 відсотка від загального креативного експорту), мода (15,9%), ювелірні вироби (15,3%) та іграшки (11,4%).

Експорт креативних товарів сильно постраждав від COVID-19: у 2020 році експорт товарів для творчості впав на 12,5 відсотка, тоді як експорт усіх товарів впав лише на 7,2 відсотка. Це може бути пов'язано з відсутністю фізичних обмінів на світовому арт-ринку, важливому каналі дистрибуції образотворчого мистецтва, і зростанням оцифрування аудіовізуального та видавничого секторів.

Розвинуті країни експортують значно більше креативних послуг, ніж країни, що розвиваються (рис. 2.3), на них припадає 82,3 відсотка всього експорту креативних послуг у 2020 році. Розрив між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, повільно скорочувався протягом останнього десятиліття. У 2020 році Сполучені Штати Америки та Ірландія були найбільшими експортерами креативних послуг з 206 мільярдами доларів США

та 174 мільярдами доларів США відповідно. В Ірландії багатонаціональні компанії роблять значний внесок у експорт креативних послуг, особливо комп'ютерних послуг. Наступними за величиною експортерами креативних послуг є Німеччина (75 мільярдів доларів США), Китай (59 мільярдів доларів США) і Велика Британія (57 мільярдів доларів США).

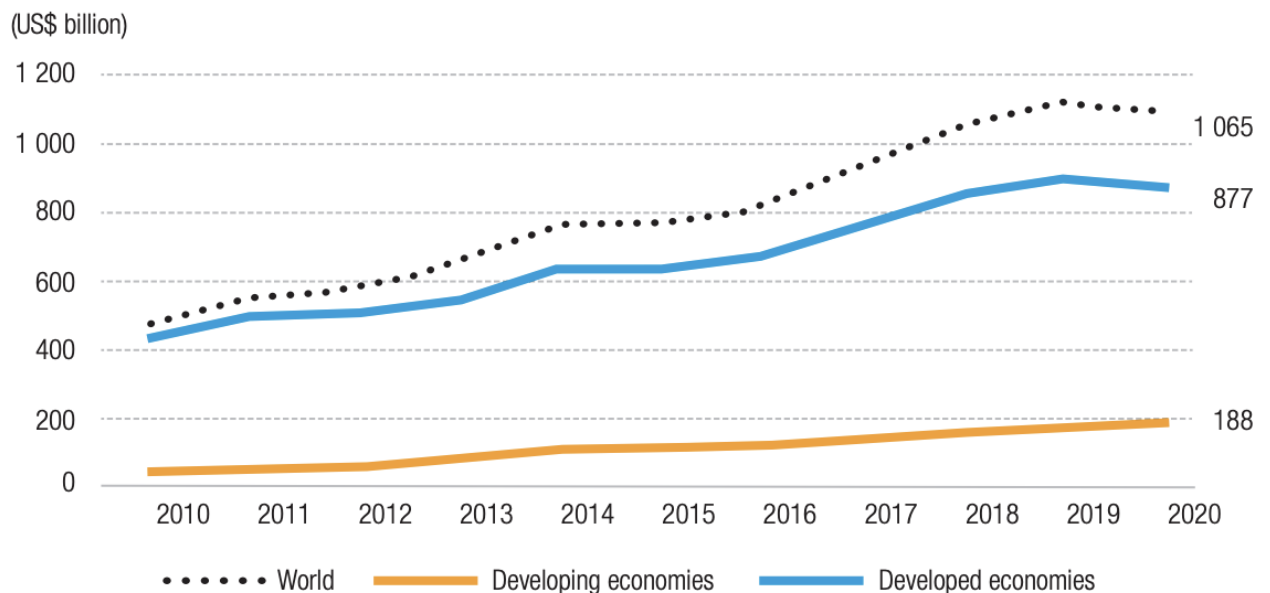


Рисунок 2.3 – Експорт усіх креативних послуг за країнами, що розвиваються, і розвинутими економіками, 2010–2020 рр.

Джерело: [27]

З рис.2.3 видно, що в загальному експорті частка послуг зросла з 12,3% у 2010 році до 17,4% у 2019 році. Крім того, через різке падіння світової торгівлі туристичними послугами частка креативних послуг ще більше зросла до 21,4% у 2020.¹⁶ Це може тривати, якщо змінена поведінка споживачів і ділові звички, викликані пандемією COVID-19, залишаться незмінними. Послуги програмного забезпечення (що становлять 39,3 відсотка від загального експорту творчих послуг у 2020 році) та дослідження та розробки (33,2%) є найбільш експортованими творчими послугами. Далі йдуть реклама, маркетингові дослідження та архітектура (14,8%), аудіовізуальні (8,6%), інформація (3,5%), культурні, рекреаційні та культурні послуги (0,5%).

Розвинені країни домінують в експорті всіх категорій послуг і експортують різні категорії послуг порівняно з економіками, що розвиваються. Наприклад, на розвинені країни припадає понад 90 відсотків світового експорту досліджень і розробок та аудіовізуальних послуг, включаючи значні експортні доходи від продажів і ліцензій. Творчі послуги були більш стійкими під час пандемії COVID-19, ніж інші сектори послуг.

Експорт креативних послуг у 2020 році впав лише на 1,8 відсотка, тоді як експорт усіх послуг впав на 20 відсотків (в основному через туристичні та транспортні послуги, які в 2020 році скоротилися на 62,5 і 20,3 відсотка відповідно).

У 2020 році під час пандемії COVID-19 усі категорії творчих послуг зазнали певних втрат в експорті, за винятком програмних послуг (які зареєстрували щорічне зростання на 5,6 відсотка).

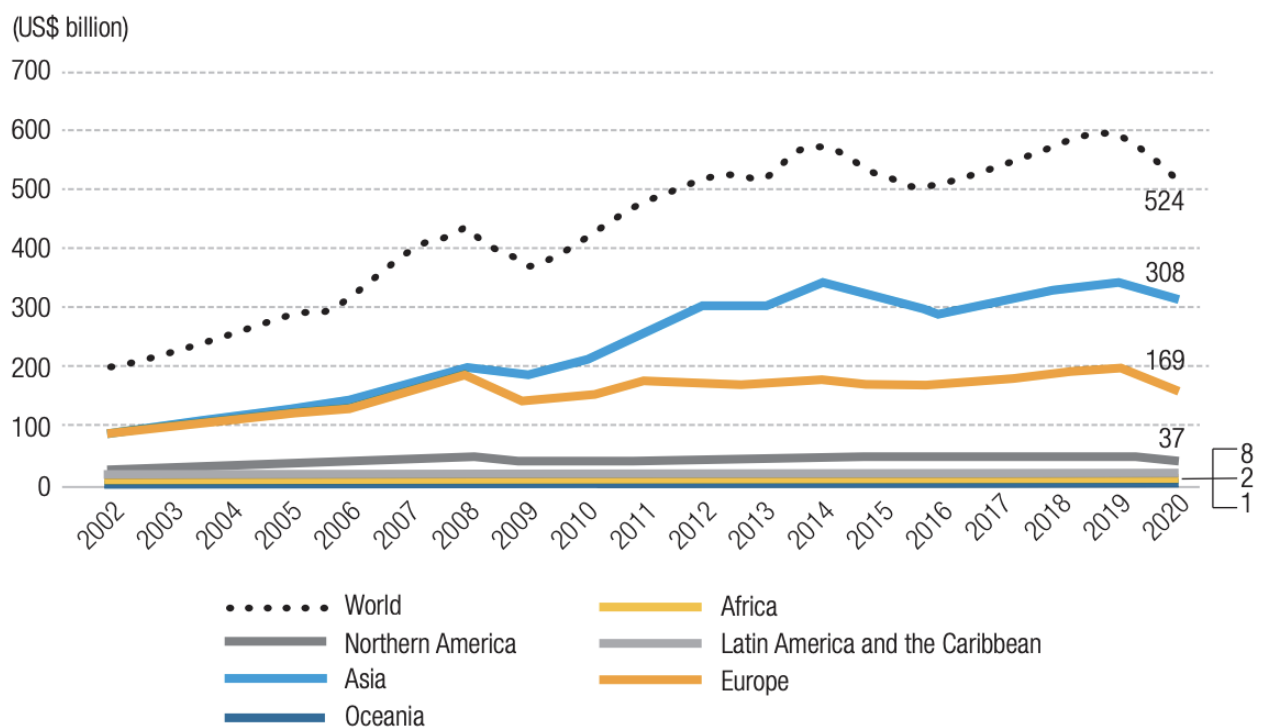


Рисунок 2.4 – Експорт усіх креативних товарів за регіонами, 2002–2020 рр.

Джерело: [25]

З 2007 року Азія є найбільшим експортером креативних товарів (з експортом креативних товарів у 2020 році на 308 мільярдів доларів США), за нею йдуть Європа (169 мільярдів доларів США), Північна Америка (37 мільярдів доларів США). Домінуючу роль Азії в експорті творчих товарів відіграє Китай, на який припадає 32 відсотки світового експорту творчих товарів. Попередні дані показують, що експорт креативних товарів почав відновлюватися у 2021 році та перевищив рівень 2019 року. Станом на травень 2022 року не всі країни повідомили дані про свою торгівлю за 2021 рік. Згідно з наявними даними, Сполучене Королівство (-47 відсотків), Індія (-34,6 відсотка) та Швейцарія⁴⁷ (-31,7 відсотка) зазнали значне падіння експорту креативних товарів у 2020 році, тоді як деякі країни, такі як Малайзія (13,7 відсотка) і Польща (7,8 відсотка), все ще зареєстрували позитивне зростання експорту в 2020 році.

Серед значних експортерів, за якими доступні дані за 2021 рік, експорт креативних товарів підскочив Італія (36,9 відсотка), Індія (36,4 відсотка) та Швейцарія (20,4) зареєстрували найбільше зростання. Світовий експорт товарів у 2021 році перевищив рівень 2019 року. У більшості країн, включаючи Італію, Німеччину та Гонконг (Китай), експорт креативних товарів у 2021 році також перевищив рівень 2019 року. Винятком є Сполучені Штати Америки, Велика Британія та Індія, де експорт товарів для творчості залишався значно нижчим за рівень, зареєстрований до COVID-19.

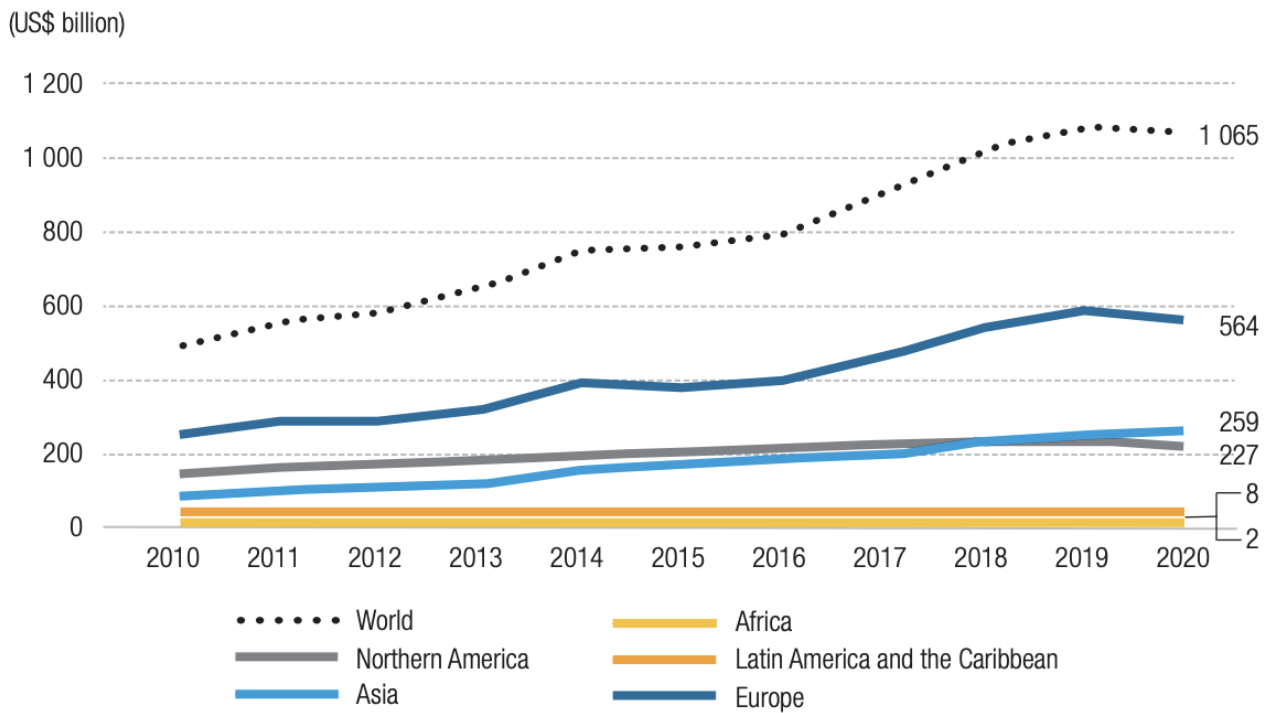


Рисунок 2.5 – Експорт креативних послуг за регіонами, 2010–2020 рр.

Джерело: [25]

Творчі послуги роблять все більш значний внесок у міжнародну торгівлю послугами. Вони значно перевищують експорт творчих товарів (рис. 2.5). Експорт креативних товарів і послуг відокремився за останні кілька років завдяки значному збільшенню експорту програмного забезпечення та послуг з досліджень і розробок, а також оцифровці деяких креативних товарів. Світовий експорт творчих послуг зріс з 487 мільярдів доларів США у 2010 році до майже 1,1 трильйона доларів США у 2020 році. Як показано на малюнку 2.5, Європа є найбільшим експортером творчих послуг (з експортом творчих послуг у 564 мільярди доларів США 2020), за якою йдуть Азія (259 мільярдів доларів США) і Північна Америка (227 мільярдів доларів США).

Розвиток креативного сектору в зарубіжних країнах може бути досить різним в залежності від країни та її економічної та політичної ситуації. Проте, загалом можна виділити кілька країн, які є лідерами у розвитку креативної економіки:

США. США вважається найбільш розвиненою країною у сфері креативної економіки, що обумовлено її сильним культурним і креативним

спадщинням, а також наявністю великої кількості висококваліфікованих фахівців у галузях креативної економіки.

Згідно з діаграмою (рис. 2.6.), яка відображає внесок різних галузей в ВВП США, видно, що сфера мистецтва та культури є досить важливим джерелом доданої вартості, порівняно з іншими галузями - це 877 мільярдів доларів. Крім того, слід звернути увагу на те, що робочі місця в мистецькій та культурній сфері становлять приблизно 3,1% від загальної кількості робочих місць в США [7]. Це свідчить про важливість культурно-творчого сектору для економіки США та його значний вплив на ринок праці.

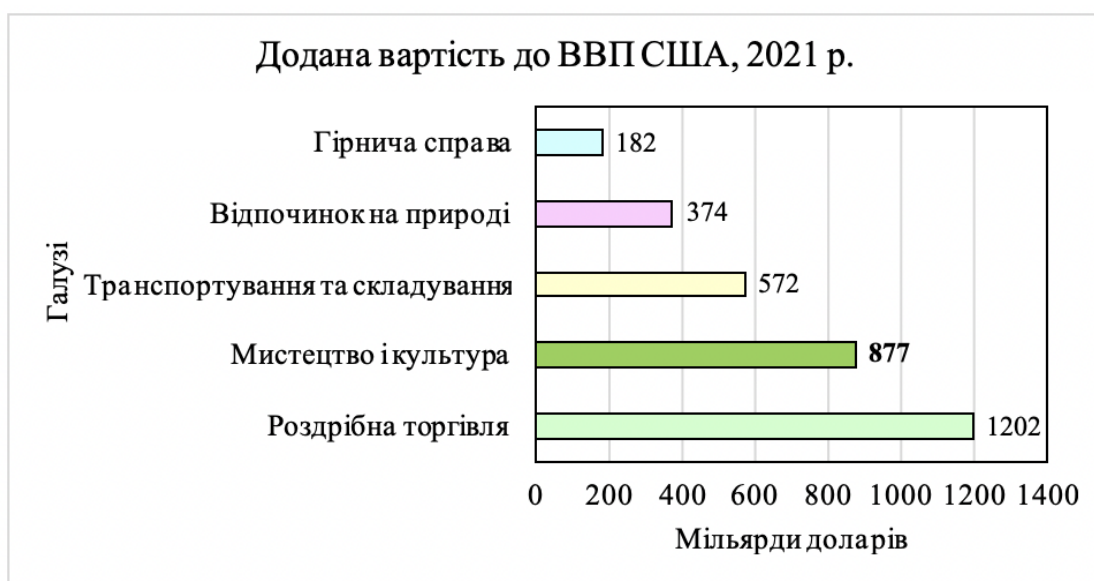


Рисунок 2.6 – Внесок галузей в економіку США, 2021 рік.[25]

Велика Британія. Велика Британія також має сильну культурну і креативну спадщину, а також розвинену систему вищої освіти в галузі мистецтв та дизайну, що сприяє розвитку креативної економіки.

Японія. Японія відома своєю культурною і креативною спадщиною, а також традиційними галузями, такими як манга, анімація та дизайн виробів.

Німеччина. Німеччина має розвинену інфраструктуру та ресурси у галузі дизайну, архітектури та музики.

Китай. Китай відомий своєю сильною економікою та швидким розвитком креативного сектору у галузі відеоігор, кіно та анімації.

Діаграми (рисунки 2.7. та 2.8.) детально ілюструють внесок культурно-творчих індустрій у різних країнах світу у 2021 році за допомогою показників, таких як частка робочої сили та частка доданої вартості. Ці діаграми дають можливість проаналізувати статистичні дані щодо значення культурно-творчого сектору для економіки кожної країни та порівняти ці показники між собою.

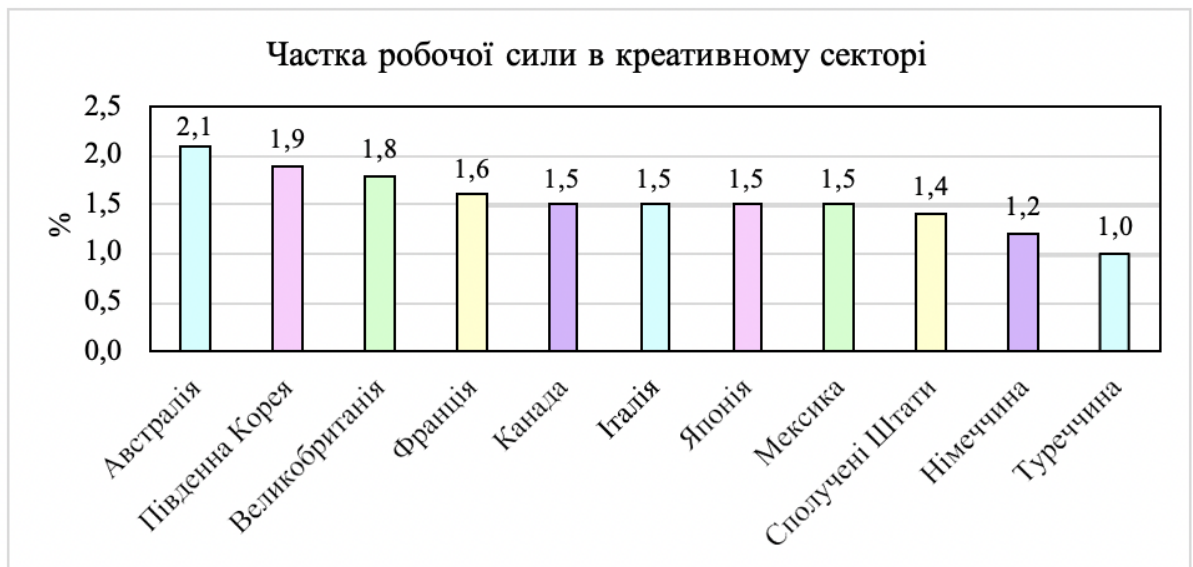


Рисунок 2.7 – Внесок креативного сектору в зайнятість за країнами, 2021 рік. [25]

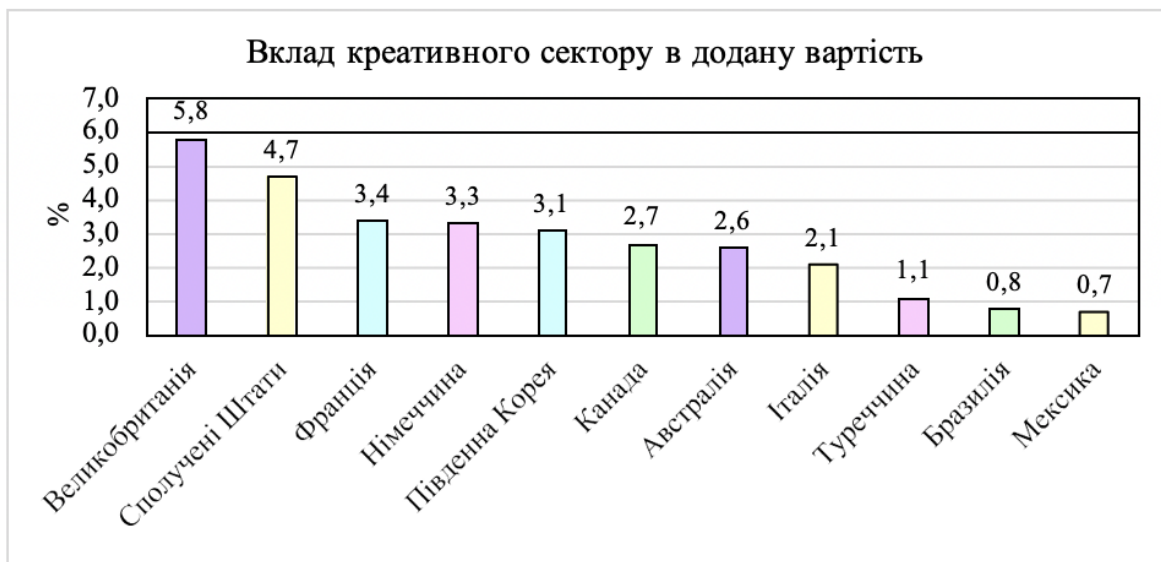


Рисунок 2.8 – Внесок креативного сектору в додану вартість за країнами, 2021 рік. [25]

Загалом, розвиток креативної економіки в різних країнах може бути обумовлений різними факторами, такими як культурна спадщина, наявність кваліфікованих фахівців, наявність необхідної інфраструктури та ресурсів, підтримка держави та інші чинники. Необхідність розвитку креативного сектору може пояснюватись прагненням країн розвивати високотехнологічні та інноваційні галузі, створювати нові робочі місця, підвищувати економічний рівень життя населення та підвищувати культурний імідж країни.

Також важливим фактором є розвиток технологій та зміна споживацьких уподобань населення. Наприклад, зростання попиту на цифрові та інтерактивні форми розваг та розвиток сучасних технологій стимулюють розвиток відповідних галузей креативної економіки.

У кожній країні можуть бути свої специфічні особливості та пріоритети щодо розвитку креативної економіки, проте загалом можна стверджувати, що креативний сектор стає все важливішим в економіці світу і може бути важливим чинником її розвитку.

Країни, що розвиваються, стикаються з кількома перешкодами для участі в торгівлі послугами, включно з творчими послугами. По-перше, відсутність фундаментальних навичок та інфраструктури може перешкодити економікам,

що розвиваються, стати конкурентоспроможними гравцями у сфері творчих послуг. Найзначніші світові експортери креативних послуг, як розвинені країни, так і країни, що розвиваються, мають високі оцінки за показниками, що вимірюють людський капітал, фізичну та цифрову інфраструктуру.

По-друге, країни, що розвиваються, стикаються з обмеженнями торгівлі послугами, а доступ до найважливіших ринків креативних послуг, як і раніше, регулюється зобов'язаннями в Генеральній угоді про торгівлю послугами (GATS) Світової організації торгівлі (СОТ).

2.2 Дослідження стану креативного сектору економіки у Великій Британії

У Великій Британії креативний сектор відіграє важливу роль у національній економіці. За даними Національного офісу статистики Великої Британії, у 2019 році креативний сектор вніс до ВВП країни більше 111 мільярдів фунтів стерлінгів, що становило понад 5% від загального ВВП. Крім того, креативні індустрії забезпечують понад 3 мільйони робочих місць в країні.

У 2021 році Велика Британія зайняла перше місце у світі за індексом креативності, який був розроблений Організацією Об'єднаних Націй. Це свідчить про високу рівень розвитку креативної економіки в країні [29].

Одним з ключових напрямів розвитку креативного сектору у Великій Британії є підтримка малого та середнього бізнесу в цій сфері. Уряд Великої Британії забезпечує різноманітні програми та ініціативи для підтримки молодих підприємців, а також для залучення інвестицій у креативний сектор. Крім того, країна активно сприяє міжнародному співробітництву у цій сфері та підтримує міжнародний обмін культурними продуктами та послугами.

У креативні індустрії Великої Британії входять різні види професійної діяльності. Детальний перелік цих професій можна знайти в табл. 2.1.

Велика Британія визнає значення розвитку креативного сектору в економіці країни і надає підтримку різноманітним галузям цього сектору, включаючи видавничу справу, телебачення, кіно, музику, мистецтво, дизайн, театральну справу, рекламу та інші.

Таблиця 2.1 – Види професійної діяльності, що належать до креативних індустрій у Великій Британії

Назва підсектору	Назва виду діяльності та її код за SIC 2017
Рекламата маркетинг	70.21 Зв'язки з громадськістю та комунікаційна діяльність, 73.11 Рекламні агентства, 73.12 Представлення в медіа
Архітектура	71.11 Архітектурна діяльність

Ремесла	32.12 Виробництво ювелірних виробів та супутніх виробів
Дизайн: продуктовий, графічний та дизайн одягу	74.10 Спеціалізована дизайнерська діяльність
Кіно,телебачення, відео, радіо та фотографії	59.11 Виробництво кінофільмів, відео та телевізійних програм 59.12 Постпродукція кінофільмів, відео та телевізійних програм 59.13 Поширення кінофільмів, відео та телевізійних програм 59.14 Діяльність з проектування кінофільмів 60.10 Радіомовлення 60.20 Телепрограмна діяльність та радіомовлення 74.20 Фотографічна діяльність
ІТ,програмне забезпечення та комп'ютерні послуги	58.21 Видання комп'ютерних ігор 58.29 Видання іншого програмного забезпечення 62.01 Діяльність із комп'ютерного програмування 62.02 Діяльність у сфері комп'ютерних консультацій
Видавнича справа	58.11 Книговидавання 58.12 Видання каталогів та списків розсилки 58.13 Видання газет 58.14 Видання журналів та періодичних видань 58.19 Інша видавнича діяльність 74.30 Перекладацька діяльність
Музеї, галереї та бібліотеки	91.01 Бібліотечна та архівна діяльність 91.02 Музейна діяльність
Музика, виконання та образотворче мистецтво	59.20 Звукозапис та видавнича діяльність з музикою 85.52 Культурна освіта 90.01 Сценічне мистецтво 90.02 Допоміжні заходи виконавського мистецтва 90.03 Художня творчість 90.04 Експлуатація закладів мистецтва

Креативний сектор відіграє важливу роль у економіці Великої Британії, створюючи 5,8% валового внутрішнього продукту країни. У 2021 році, валовий доданок креативних індустрій становив 111,7 мільярдів фунтів стерлінгів, що складало 5,8% національного валового внутрішнього продукту (див. Рисунок 2.9). Протягом періоду з 2017 по 2021 роки обсяг валового доданку креативних індустрій збільшився на 41%, з 79 мільярдів фунтів стерлінгів (5,8% національного ВВП).

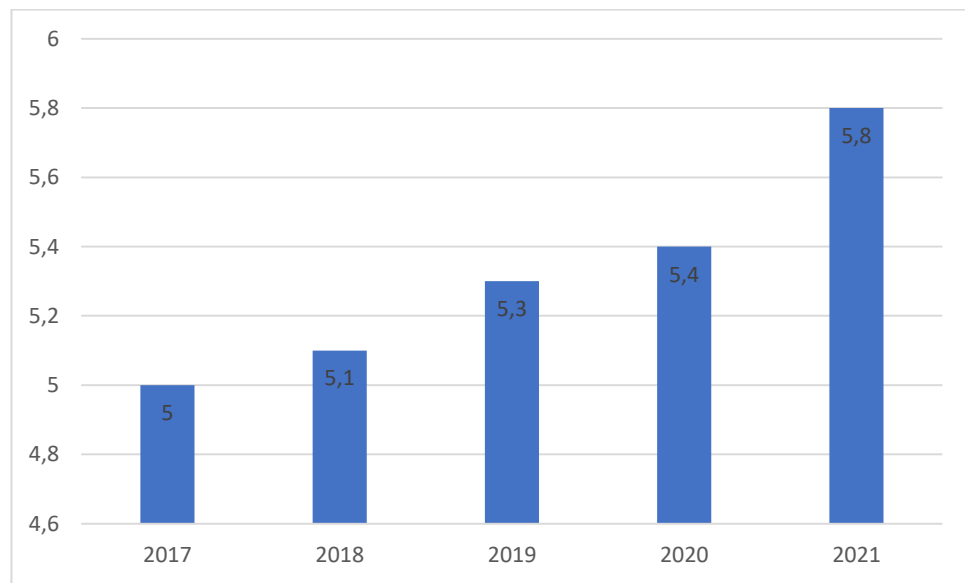


Рисунок 2.9 – Валова додана вартість в креативних індустріях у Великій Британії, % [26]

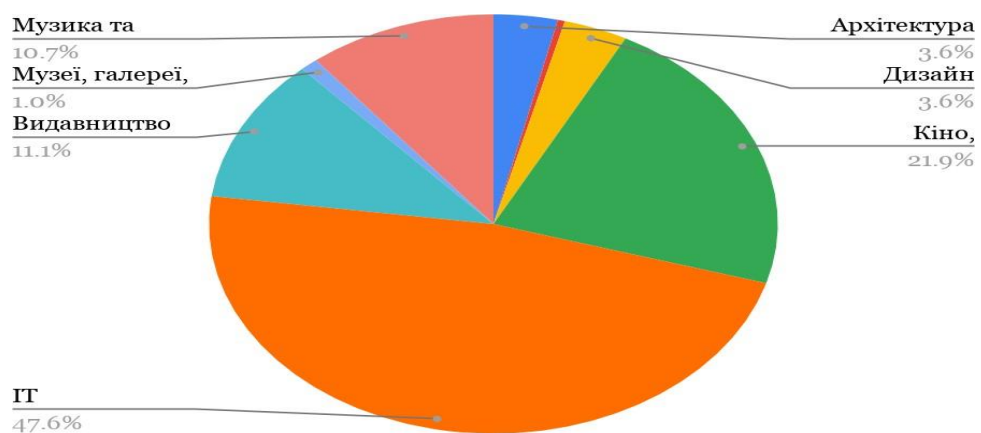


Рисунок 2.10 – Валова додана вартість підсекторів креативних

індустрій Великої Британії 2021 р, % [26]

Найбільший внесок у сектор роблять ІТ, розробка ПЗ та ігор, телебачення та виробництво фільмів, а також реклама. У 2021 році в КІ діяло майже 296 тисяч фірм, при цьому понад 94,8% з них є мікро бізнесами. Кількість фірм у секторі зросла на 25% за період з 2017 по 2021 рік, складаючи 236 тисяч та 296 тисяч відповідно (Рисунок 2.10). З іншого боку, частка креативного сектору у національній економіці залишається стабільною та складає 11,8% в 2017 та 11,9% в 2021 році за кількістю задіяних бізнесів.

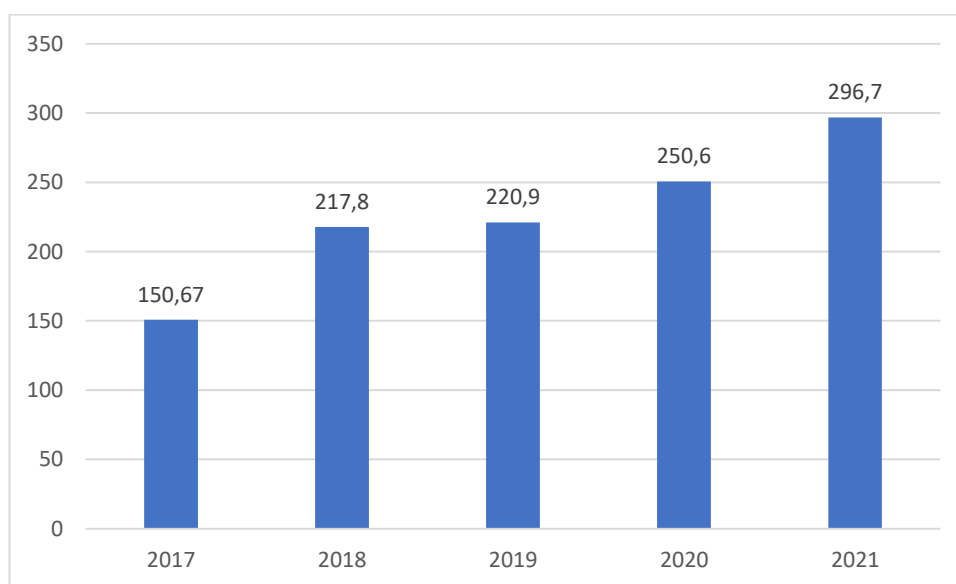


Рисунок 2.11 – Валова додана вартість в КІ у Великій Британії за 2017-2021 рр, тис.фірм [27]

У 2021 році в креативних індустріях Великої Британії було зайнято 2040 тисяч осіб, що складало 6,2% від загальної зайнятості, тоді як у 2017 році цей показник становив 1713 тисяч осіб, або 5,6% від загальної зайнятості (рисунок 2.11). Протягом періоду з 2017 по 2021 рік зайнятість у креативних індустріях зросла на 19%. Креативні індустрії Великої Британії є насамперед напрямом експорту: у 2021 році експорт товарів та послуг креативних індустрій перевищував їх імпорт. Однак, динаміка розвитку зовнішньої торгівлі товарами та послугами креативних індустрій відрізняється.

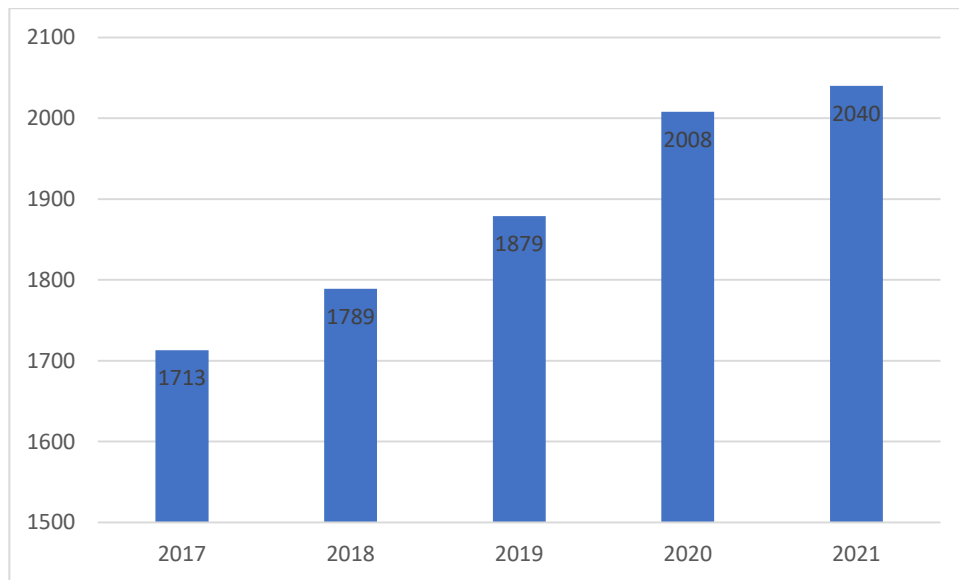


Рисунок 2.12 – Зайнятість в креативних індустріях у Великій Британії за 2017-2021 рр, тис.осіб [27]

За період з 2017 по 2021 рік, експорт товарів креативних індустрій з Великої Британії становив від 11,7 до 15 млрд фунтів стерлінгів, що складало від 3,1% до 4,9% від загального обсягу експорту. Однак у 2019 році спостерігався зниження цих показників. З іншого боку, експорт послуг креативних індустрій зростав з 17,8 до 35,6 млрд фунтів стерлінгів, що становило від 8,3% до 11,8% від загального експорту. Обсяги імпорту товарів креативних індустрій складали від 9,6 до 11,7 млрд фунтів стерлінгів, що відповідало 1,5-2,8% від загального обсягу імпорту, а імпорт послуг креативних індустрій був вдвічі меншим - 7,9-17,8 млрд фунтів стерлінгів або 6-10,8% від загального імпорту. У більшості випадків внесок КІ у ВВП та зайнятість є нерівномірним у різних регіонах Великої Британії. Наприклад, більшість ВДВ та зайнятості у КІ створюється в Лондоні та його прилеглих територіях.

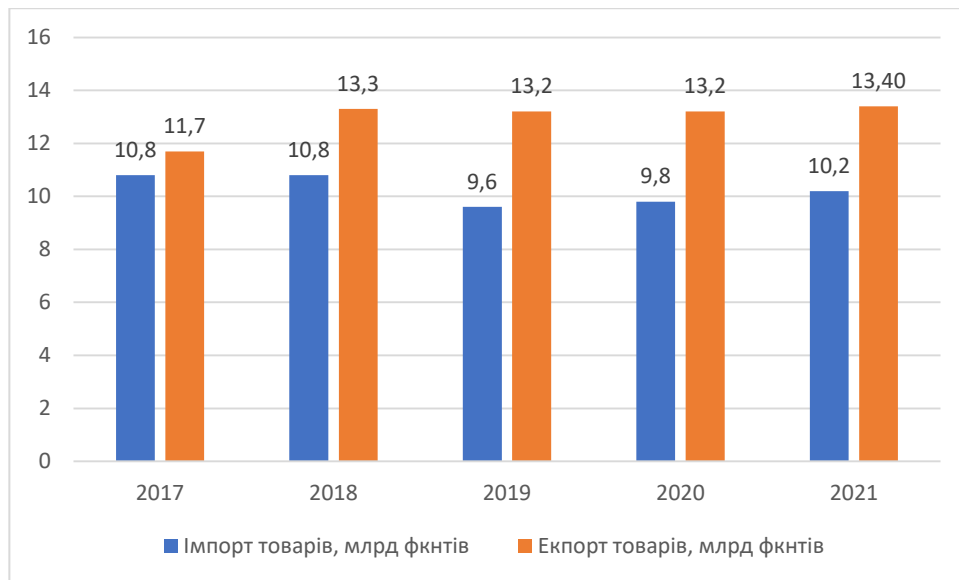


Рисунок 2.13 – Експорт та імпорт товарів КІ Великої Британії, млрд. фунтів [28]

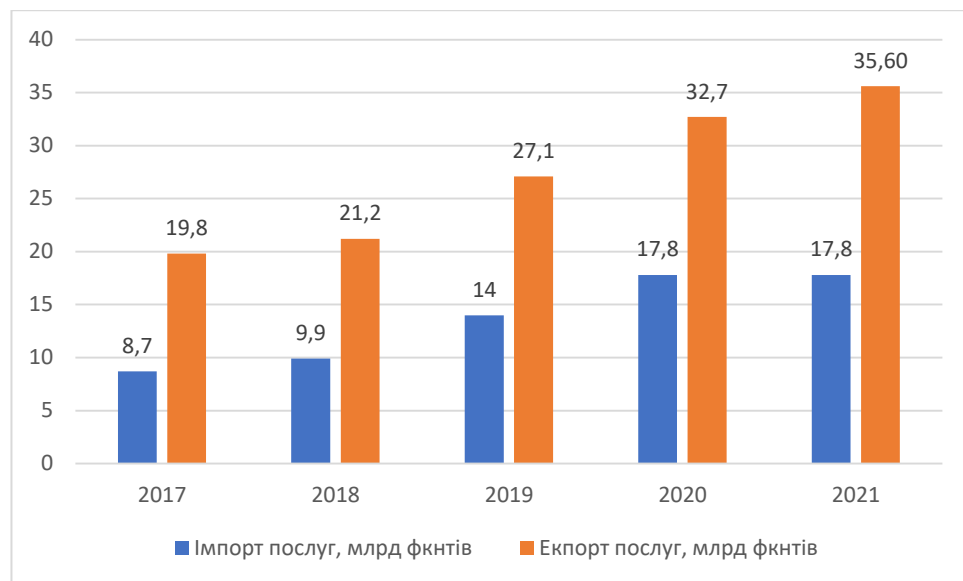


Рисунок 2.14 – Експорт та імпорт послуг КІ Великої Британії, млрд. фунтів [28]

У 2021 році сектор креативних індустрій приніс економіці Великобританії 109 мільярдів фунтів стерлінгів . Це еквівалентно 5,6% економіки Великобританії того року. Найбільшим підсектором у креативних галузях були ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, на частку яких у 2021 році

припадало 2,3% економіки Великобританії. (Ці цифри базуються на місячних оцінках валової доданої вартості (ВДВ).)

У Великій Британії існує система податкових пільг для креативних індустрій, що становить великий внесок у розвиток цього сектору. У 2022 році загальна виплачена сума податкових пільг для креативних індустрій склала 1,05 мільярда фунтів стерлінгів, що є меншою, ніж у попередньому році, коли було виплачено 1,32 мільярда фунтів стерлінгів.

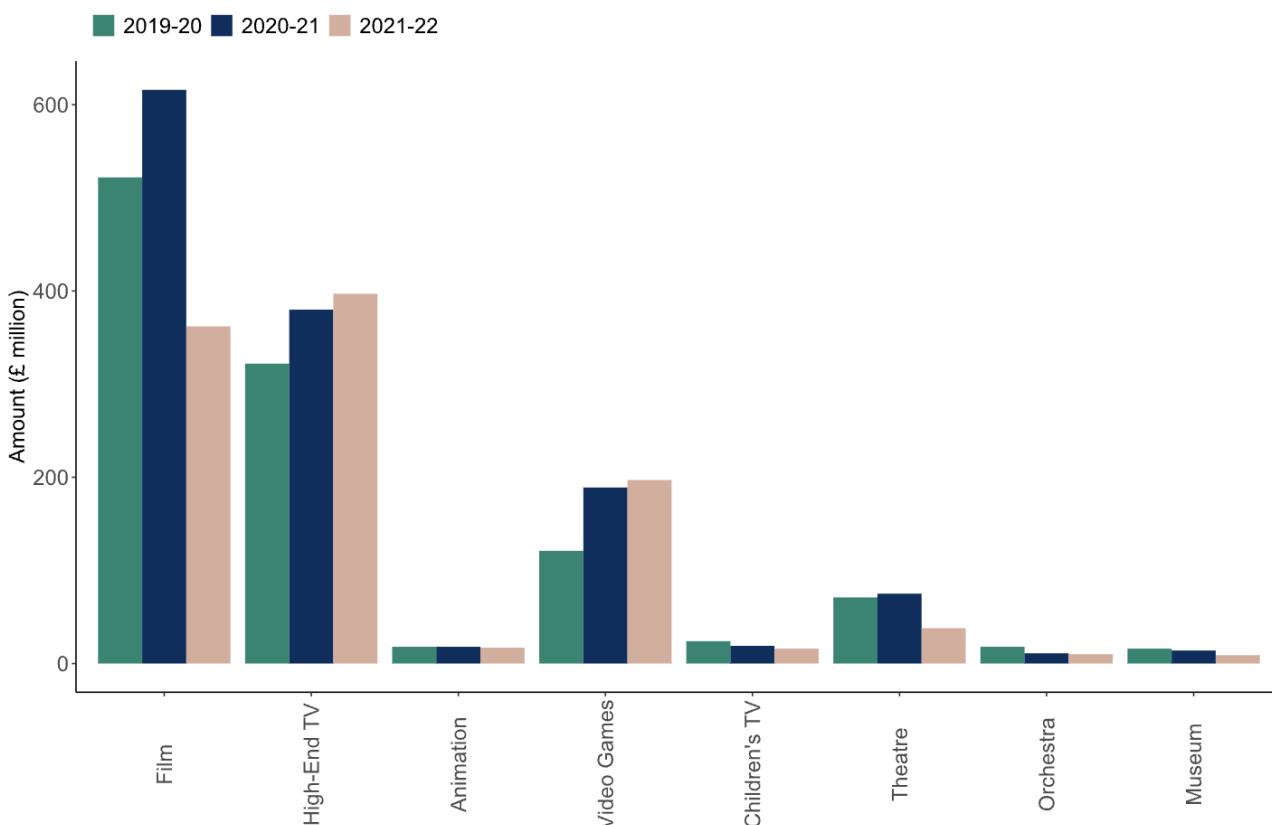


Рисунок 2.15 – Податкові пільги для креативних індустрій у Великій Британії млрд. фунтів [29]

Найбільші пільги отримують виробники телебачення високого класу (HETV) та фільмів, які становлять відповідно 38% та 35% від загальної виплаченої суми у 2022 році. Наразі пільги на HETV перевищують пільги на фільми, що є нововведенням у системі податкових пільг.

Таким чином, найбільш розвинені сектори креативної індустрії в Великій Британії це: ІТ, розробка програмного забезпечення та ігор; телебачення та виробництво фільмів; та реклама. Ці сектори мають найбільший внесок у ВВП

країни, найбільшу кількість суб'єктів господарювання та найбільшу зайнятість. Крім того, їх продукти та послуги мають високий рівень експорту та добре представлені на світовому ринку.

Також хотілося б, зазначити, що краудфандинг, фандрейзинг та краудсорсинг є ефективними методами залучення фінансування та ресурсів для розвитку креативної індустрії у Великій Британії.

Краудфандинг (crowdfunding) - це метод залучення фінансування для проектів, який полягає в залученні коштів від великої кількості людей через Інтернет. Українські креативні проекти можуть використовувати краудфандинг для залучення коштів на реалізацію своїх ідей, таких як видання книг, створення фільмів або організація виставок. [50].

Краудфандинг є ефективним, оскільки дозволяє залучити кошти від великої кількості людей без потреби звертатись до традиційних джерел фінансування, таких як банки чи інвестори. Крім того, краудфандинг може допомогти визначити рівень зацікавленості громадськості у проекті, що може стати додатковим фактором для успіху проекту.

Фандрейзинг (fundraising) - це збір коштів для певної мети, зазвичай для благодійності або підтримки соціальних проектів. Креативні проекти можуть також використовувати фандрейзинг для залучення коштів на благодійні цілі або на підтримку проектів, що мають соціальну складову. [50].

Фандрейзинг також є ефективним методом залучення фінансування для креативних проектів, зокрема для збору коштів на видання книг чи фільмів. У цьому випадку, ідея проекту та його потенціал можуть бути вирішальними факторами для зацікавлення людей у підтримці проекту.

Краудсорсинг (crowdsourcing) - це метод залучення ідей, знань та послуг від великої кількості людей через Інтернет. Таким чином, креативні проекти використовують краудсорсинг для залучення ідей та знань на створення своїх проектів, наприклад, на розробку нових дизайнів або ідей для створення виставок. Крім того, краудсорсинг може допомогти виявити талановитих професіоналів та експертів в галузі креативної індустрії. [50]. Краудсорсинг

також може допомогти креативним проектам залучити не тільки фінансування, але й необхідні знання та ресурси. Наприклад, учасники краудсорсингових проектів можуть надавати свої навички та досвід для допомоги у розвитку проекту. Однак, важливо мати на увазі, що ефективність краудфандингу, фандрейзингу та краудсорсингу залежить від правильної стратегії та підходу до реалізації проекту.

2.3 Інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії

Інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії здійснюється різними органами та програмами.

Один з найважливіших органів у сфері культури і креативної економіки у Великій Британії є Міністерство цифрової, культурної, медійної та спортивної справи (Department for Digital, Culture, Media and Sport, DCMS). Це міністерство відповідає за розвиток культурної та креативної індустрії у Великій Британії та підтримку творчих галузей. Окрім того, DCMS забезпечує реалізацію різноманітних програм та ініціатив, які стимулюють розвиток креативного сектору, таких як Creative Industries Clusters Programme або Creative Careers Programme.

Також у Великій Британії існує Національне агентство з мистецтва (Arts Council England), яке відповідає за розподіл державних коштів на підтримку культурних та мистецьких проектів. Це агентство надає гранти для творчих проектів, підтримує культурні організації, сприяє розвитку творчих галузей та сприяє доступності культури для громадськості.

Окрім того, у Великій Британії функціонують різноманітні агентства та програми, які надають допомогу та підтримку підприємствам та особам, які працюють у креативному секторі. Наприклад, Creative England сприяє розвитку

креативних підприємств, а British Council організовує міжнародні проекти та програми, які сприяють підтримці та зміцненню зв'язків між культурними та креативними спільнотами. Один з головних інструментів регулювання креативної економіки у Великій Британії - це державна підтримка, що надається через різні програми та ініціативи. Наприклад, UK Creative Industries Council - це спільна ініціатива уряду та креативного сектору, яка була створена з метою сприяння розвитку цієї галузі економіки. У рамках цієї ініціативи розроблено різні програми та інструменти, що допомагають розвивати креативну економіку, залучати інвестиції, розробляти нові технології та підвищувати конкурентоспроможність. [29]

Також важливою формою підтримки є податкові пільги та стимули для підприємств креативної економіки. У Великій Британії існують різні програми, які надають пільги підприємствам у галузі культури та мистецтва, такі як Creative Sector Tax Relief або Film Tax Relief. [29]

Крім того, у Великій Британії діє ряд організацій, які займаються розвитком та підтримкою креативного сектору. Наприклад, Creative England - це некомерційна організація, яка надає фінансову та інтелектуальну підтримку підприємствам у галузі креативної економіки.

У Великій Британії також існує розвинена система освіти у галузі культури та мистецтва. Університети та коледжі надають різні програми навчання, які допомагають розвивати творчі та підприємницькі навички, необхідні для успішної роботи в креативному секторі.

Іншим важливим органом, який займається питаннями регулювання креативного сектору у Великій Британії, є Департамент культури, медіа та спорту (DCMS). Цей департамент відповідає за розвиток культури та медіа в країні, а також за забезпечення доступу до спортивних подій. У своїй діяльності DCMS співпрацює з іншими міністерствами та організаціями, щоб забезпечити ефективне виконання своїх функцій.

Один з ключових інструментів, яким користується DCMS для регулювання креативного сектору, є різноманітні програми фінансування.

Наприклад, DCMS у співпраці з British Council запровадив програму International Showcasing Fund, яка надає фінансову підтримку виставкам, фестивалям та іншим культурним заходам, щоб забезпечити їх міжнародне просування.

Також DCMS займається розробкою та виконанням стратегій для розвитку креативного сектору. Наприклад, у 2018 році була запущена стратегія Creative Industries Sector Deal, яка передбачала витрати у розмірі 150 мільйонів фунтів стерлінгів на підтримку креативної економіки. Серед заходів, які передбачала стратегія, були створення нових центрів навчання та підтримки підприємництва, розвиток мережі креативних класів для школярів, а також підтримка розвитку культурних об'єктів та заходів.

Наведемо у таблиці 2.2 порівняльну таблицю органів інституційного регулювання креативного сектору у Великій Британії.

Таблиця 2.2– Органи інституційного регулювання креативного сектору у Великій Британії.

Назва органу	Функції	Завдання
Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS)	Розробка та реалізація культурної та креативної політики Великої Британії	Керування національними музеями та галереями, розвиток культурних інституцій, фінансування та розробка законів щодо культурного та креативного сектору
Arts Council England	Фінансування та підтримка розвитку мистецтва та культури	Розробка та фінансування культурних проєктів, підтримка розвитку творчості, забезпечення доступності мистецтва та культури для широкої аудиторії
Creative England	Фінансування та підтримка креативної індустрії у регіонах Англії	Розробка та фінансування проєктів в галузі кіно, телебачення, відеоігор, розваг та інших креативних індустрій, забезпечення доступності фінансування для малих та середніх підприємств
Creative Scotland	Фінансування та підтримка культурного та креативного сектору Шотландії	Розробка та фінансування культурних проєктів, підтримка творчості, забезпечення доступності мистецтва та культури для широкої аудиторії
Arts Council of Wales	Фінансування та підтримка мистецтва та культури у Валлі	Розробка та фінансування культурних проєктів, підтримка творчості, забезпечення доступності мистецтва та культури для широкої аудиторії

Таким чином, інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії включає ряд органів, які виконують різноманітні функції, щоб забезпечити ефективний розвиток креативного сектору.

Здійснюючи аналіз досліджень щодо креативної економіки, можна зробити декілька висновків. По-перше, креативна економіка стала важливою складовою сучасної економіки, що створює значний внесок у ВВП багатьох країн світу. По-друге, креативний сектор є важливим джерелом робочих місць та інновацій, сприяє розвитку інших галузей економіки. По-третє, більшість країн світу, включаючи США та країни Європи, активно розвивають індустрію креативної економіки та регулюють їх за допомогою різноманітних інститутів та програм.

У Великій Британії креативний сектор визнаний окремим галуззю економіки та має спеціальні органи регулювання, такі як Міністерство культури, медіа та спорту та Рада з мистецтва. Такі органи регулюють різноманітні питання від фінансування та підтримки мистецтва до прав інтелектуальної власності та розвитку культурної індустрії.

У Великій Британії існує Стратегія розвитку креативного сектору до 2030 року, вона заснована на визнанні його вагомego внеску в економіку країни та прагненні підтримати та збільшити його потенціал. Одним з ключових завдань стратегії є створення сприятливих умов для розвитку креативних підприємств та забезпечення їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку. [28]

Основні напрямки стратегії розвитку креативного сектору включають:

- Підтримка стартапів та малих підприємств у креативній сфері шляхом забезпечення їм фінансових ресурсів та консультаційних послуг.
- Розвиток освіти та підвищення кваліфікації фахівців креативної галузі.
- Створення нових ринків збуту та підтримка експорту креативних послуг.
- Забезпечення доступу до новітніх технологій та інновацій.

- Розвиток кластерів та мереж креативних підприємств.
- Взаємодія з міжнародними партнерами та розвиток міжнародного співробітництва у креативній галузі.

Стратегія розвитку креативного сектору у Великій Британії заснована на підтримці та стимулюванні креативних підприємств та сприянні їхньому зростанню та конкурентоспроможності. Вона спрямована на створення сприятливих умов для розвитку креативної галузі та забезпечення його внеску в економіку країни.

Таким чином, креативна економіка має великий потенціал для розвитку та становить важливий елемент економіки багатьох країн. Державне регулювання та підтримка креативного сектору є важливими факторами для його успішного розвитку та внеску в економіку.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

3.1 Стан та розвиток креативного сектору економіки в Україні

Креативні індустрії в Україні є видом економічної діяльності, який має на меті створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та / або креативне вираження. Закон України "Про культуру" визначає креативні індустрії як вид економічної діяльності.

Розпорядження КМУ від 24.04.2019 № 265-р "Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій" визначає 34 види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Ці види економічної діяльності включають в себе такі сектори, як візуальне мистецтво (живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо), сценічне мистецтво (жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо), літературу, видавничу діяльність та друковані засоби масової інформації, аудіальне мистецтво, аудіовізуальне мистецтво (кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо), дизайн, моду, нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології (програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві, такі як 3D-друк, віртуальна, доповнена та змішана реальність тощо), архітектуру і урбаністику, рекламу, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги, бібліотеки, архіви та музеї, народні і художні промисли.

Таким чином, креативні індустрії в Україні охоплюють широкий спектр діяльності, що пов'язаний з мистецьким та культурним вираженням, дизайном,

технологіями, рекламою та іншими креативними послугами. Цей сектор економіки є важливим для створення доданої вартості та робочих місць в Україні, а також для розвитку культурного життя та збереження національної спадщини. Визнання та підтримка креативного сектору може допомогти у підвищенні конкурентоспроможності України в глобальному ринку та створенні нових можливостей для розвитку економіки країни.

Креативний сектор економіки в Україні становить значний внесок у національну економіку. За даними Державної служби статистики України, у 2020 році креативний сектор складав 2,7% від загального ВВП країни. Крім того, креативний сектор є важливим джерелом зайнятості в Україні, забезпечуючи роботу для понад 400 тисяч осіб.

Рисунок 3.1 показує зміну валової доданої вартості (ВДВ) креативно-культурних індустрій (ККІ) в Україні протягом періоду з 2013 до 2020 років, відображено як відсоток у структурі національної ВДВ. Дані на рисунку ілюструють, яка частка валової доданої вартості ККІ становила від загальної валової доданої вартості України протягом зазначеного періоду.

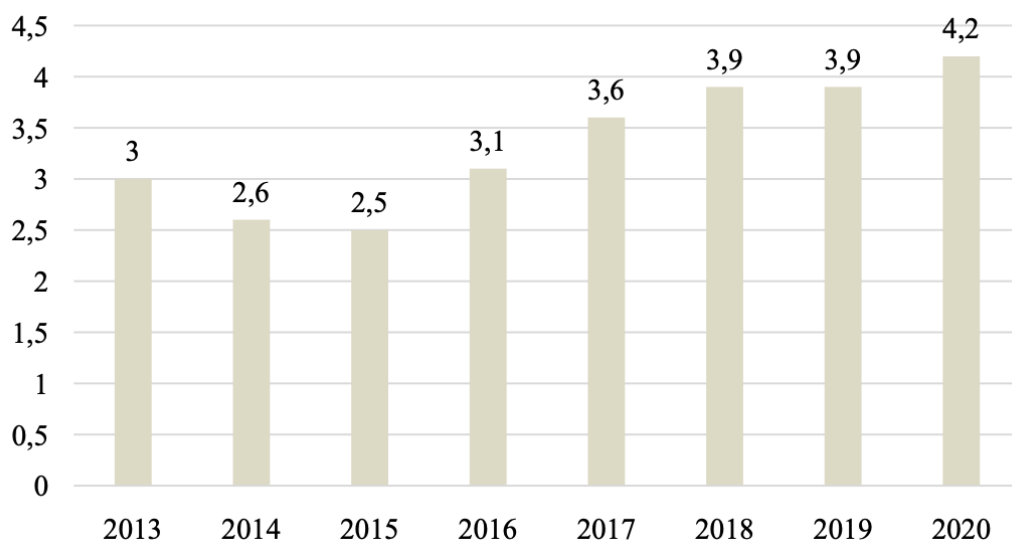


Рисунок 3.1 – Динаміка валової доданої вартості ККІ в Україні протягом 2013–2020 років, % у структурі ВДВ [37;38]

В Україні креативні індустрії займають значне місце в національній економіці та внесок у цей сектор з кожним роком збільшується. Валова додана вартість ККІ у структурі національної ВДВ зростає з 3,2% в 2013 році до 4,2% у 2020 році. Також за цей період відбулося значне збільшення кількості суб'єктів господарювання в креативних індустріях, зокрема налічувалося понад 205 тис. одиниць у 2019 році. Водночас більшість підприємств в цьому секторі є невеликими, зокрема в сфері ІТ-індустрії, яка є провідною в креативному секторі України.

За даними статистики, рівень зайнятості в креативних індустріях зростає щороку, як і можна бачити на рисунку 3.2.

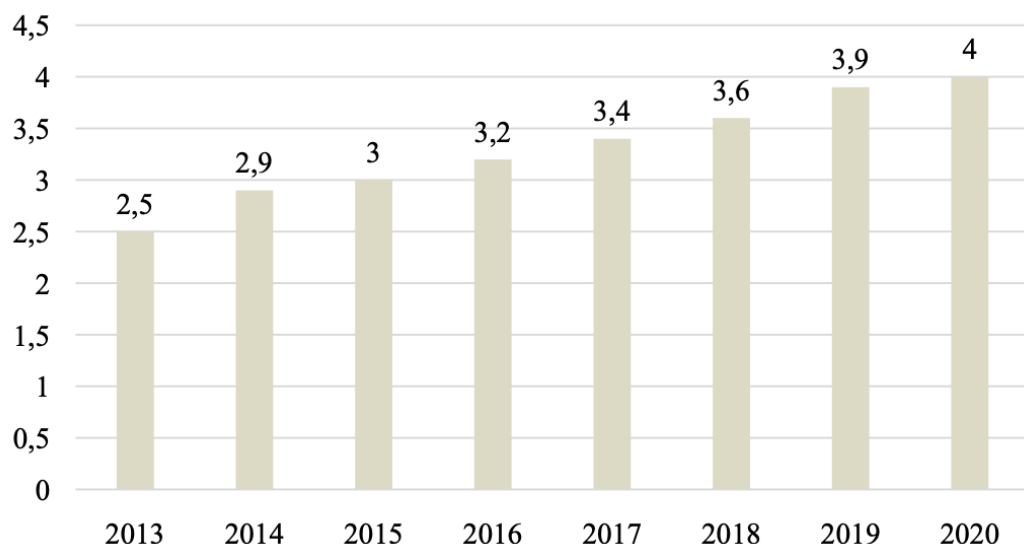


Рисунок 3.2 – Динаміка рівня зайнятості в ККІ в Україні протягом 2013–2020 років, % [37;38]

За графіком видно, що кількість підприємств в креативних індустріях в Україні зросла майже вдвічі протягом досліджуваного періоду. На 2019 рік відсоток суб'єктів господарювання в креативних індустріях становив 3,9% від загальної кількості суб'єктів господарювання в Україні, що становить 201 567 одиниць, включаючи фізичних-осіб підприємців. Це свідчить про тенденцію до переважання підприємств невеликого розміру в креативних індустріях, що є світовою тенденцією і властива і Україні. Найбільша кількість підприємств

припадає на сферу ІТ індустрії, яка становить 72,65% серед креативних індустрій на 2020 рік або 145 678 одиниць, далі йдуть реклама та PR, яка становить 5,68% на 2020 рік. [35]. В 2020 році кількість працюючих у креативній індустрії збільшилася до 360,3 тисяч осіб, що становить 4,0% від загальної кількості офіційно зайнятих осіб в Україні [38].

За даними Державної служби статистики України, експорт товарів креативних індустрій зріс з \$222 млн у 2015 році до \$417 млн у 2020 році. Найбільш значущі категорії товарів креативних індустрій, що експортувались з України, включають книги, брошури та інші друковані видання, відео та музичні записи, програмне забезпечення, та інші продукти, пов'язані з інформаційно-комунікаційними технологіями. Основні країни-партнери з експорту товарів креативних індустрій з України включають Польщу, США та Німеччину. [43].

Щодо імпорту товарів креативних індустрій, він також зростає у період з 2015 по 2020 роки, з \$1,3 млрд до \$1,8 млрд. Основні категорії імпортованих товарів креативних індустрій включають книги, брошури та інші друковані видання, відео та музичні записи, комп'ютерні ігри, меблі та інші предмети декору. Основними країнами-постачальниками імпортованих товарів креативних індустрій є Китай, Польща, Німеччина, США та Туреччина. [44].

В цілому, експорт товарів креативних індустрій з України є меншим, ніж імпорт, що свідчить про необхідність подальшого розвитку цього сектору економіки та сприяння виходу українських товарів креативних індустрій на світові ринки.

Успішними прикладами розвитку креативних проєктів з України є: [40].

Grammarly - платформа для перевірки граматики та правопису англійської мови. Заснована у 2009 році в Україні, наразі має штаб-квартиру в Сан-Франциско. Використовується більш ніж 20 мільйонами користувачів по всьому світу. [45].

Depositphotos - сервіс для купівлі та продажу стокових фотографій, відео та векторної графіки. Заснований в 2009 році в Україні, наразі має представництва в Нью-Йорку та Лондоні. [45].

TemplateMonster - платформа для продажу шаблонів веб-сайтів та графічних дизайнів. Заснована в 2002 році в Україні, наразі має штаб-квартиру в Брукліні та представництва в Києві, Львові та Харкові. [45].

Petcube - стартап, що розробляє відеокамери для власників домашніх тварин, які дозволяють спілкуватися з ними на відстані. Заснований у 2012 році в Україні, наразі має штаб-квартиру в Сан-Франциско та офіси в Києві та Лондоні. [45].

Ці компанії стали успішними завдяки високій якості продукту та здатності до інноваційного мислення, а також завдяки використанню потужних маркетингових інструментів для просування своїх продуктів на міжнародному ринку.

Проте, креативний сектор в Україні має деякі проблеми. Одна з найбільших проблем - це відсутність належного фінансування та підтримки з боку держави. Українські креативні підприємства часто змушені шукати фінансування за кордоном або працювати в умовах обмеженого бюджету.

Також, креативний сектор в Україні зустрічається з проблемою недостатнього розвитку інфраструктури та низької кваліфікації фахівців. У багатьох містах України відсутні спеціалізовані кластери та інкубатори для креативних підприємств, а також відсутня необхідна інфраструктура, яка б допомогла розвиватися цьому сектору.

Однак, в Україні діє низка програм та ініціатив, спрямованих на розвиток креативного сектору. Наприклад, програма USAID Competitive Economy of Ukraine, яка надає фінансову та технічну підтримку для створення нових робочих місць у креативному секторі, а також підтримує розвиток інфраструктури та інновацій в цій галузі.

Однак, на жаль, креативний сектор в Україні зустрічається зі значними викликами та перешкодами, які гальмують його розвиток. Найбільш відчутними з них є відсутність належної інфраструктури та засобів фінансування, недостатня підготовка фахівців та відсутність стабільного ринку збуту.

Також в Україні існує проблема недостатнього розуміння важливості креативного сектору та його впливу на економіку та суспільство загалом. Це призводить до відсутності належної уваги та підтримки з боку влади та бізнес-середовища.

Незважаючи на ці виклики, креативний сектор в Україні має великий потенціал та можливості для розвитку. Він може стати одним з ключових галузей економіки та привести до зростання ВВП, створення нових робочих місць та залучення інвестицій.

Державна підтримка креативного сектору в Україні включає різноманітні заходи та програми, спрямовані на розвиток цього сектору та підтримку підприємств, що діють в ньому.

Одним з основних інструментів державної підтримки є надання фінансової допомоги відповідним проектам та підприємствам. Для цього існують різні державні програми, які надають гранти, субсидії, кредити за пільговими умовами та інші види фінансування. Наприклад, програма "Креативна Україна" надає фінансову підтримку проектам у галузі культури та мистецтва, а програма "Прискорена індустріалізація" надає допомогу у розробці та впровадженні інноваційних технологій.

Окрім цього, уряд України працює над створенням сприятливих умов для розвитку креативного сектору, зокрема, шляхом введення спеціальних податкових режимів, спрощенням процедур ліцензування та реєстрації, розвитком інфраструктури та підтримкою міжнародної співпраці.

Також важливими напрямками державної підтримки є розвиток освіти та науки в галузі креативних індустрій, організація фестивалів та конференцій, що

сприяють популяризації та розвитку цього сектору, та створення спеціальних інкубаторів та акселераторів для підтримки початківців у креативній галузі.

Отже, державна підтримка креативного сектору в Україні має різноманітні форми і здійснюється на різних рівнях: національному, регіональному та місцевому. Національна підтримка креативної галузі передбачає розвиток іміджу країни як креативної, а також фінансову та організаційну підтримку проектів у сфері культури та мистецтва, створення сприятливих умов для розвитку креативних індустрій та залучення іноземних інвесторів.

Однією з форм державної підтримки креативного сектору є фінансування з бюджету національних та регіональних програм і проектів, спрямованих на підтримку культурного розвитку та розвитку креативних індустрій. Також, державні органи займаються розробкою та впровадженням спеціальних програм підтримки розвитку креативного сектору, таких як програма "Креативна Україна", "Культурна столиця", "Програма інтелектуальної власності та ін."

Окрім цього, в Україні діє ряд законодавчих актів, спрямованих на підтримку креативного сектору. Наприклад, Закон України "Про культуру", Закон України "Про державну підтримку кінематографії в Україні", Закон України "Про національні міноритети в Україні" та інші [35].

Крім того, існує ряд міжнародних проектів, фінансованих урядовими та недержавними організаціями, які спрямовані на підтримку розвитку креативного сектору в Україні. Наприклад, програма ЄС "Креативна Європа", проект Європейського банку рек реконструкції та розвитку (EBRD) "Зелений культурний туризм", програма "Культура та креативність" від British Council та інші. Ці проекти спрямовані на надання фінансової та експертної підтримки українським креативним підприємствам та сприяння їх міжнародному співробітництву. Також важливим аспектом є залучення іноземних інвестицій у креативний сектор України, що може сприяти розвитку інфраструктури та стимулюванню інноваційних проектів. Зокрема, Україна вже має успішні кейси

інвестування українських ІТ-компаній, що свідчить про високий потенціал розвитку креативного сектору в країні. [42].

Таким чином, перспективи розвитку креативного сектору в Україні включають розвиток інфраструктури, залучення іноземних інвестицій, підтримку з боку держави та міжнародних проектів, а також співпрацю зі світовими лідерами у сфері культури та мистецтва. Розвиток креативного сектору може стати важливим фактором для позитивного впливу на економіку країни, забезпечення робочих місць та розвитку туризму.

Мистецький Арсенал, який знаходиться у центрі Києва, є важливою платформою для підтримки та розвитку креативного сектору в Україні, оскільки тут проводяться виставки, фестивалі, конференції та інші культурні заходи. Також важливою є підтримка креативних проектів та стартапів через конкурси та програми фінансування, зокрема Creative Europe та програма "Креативна Україна". Розвиток інфраструктури для креативних професіоналів, таких як коворкінги, студії та лабораторії, також є важливим аспектом. Розвиток туризму та культурної спадщини може стати перспективним напрямком розвитку креативного сектору в Україні, адже країна має багатий культурний та історичний доробок, який може привабити туристів з усього світу.

Для досягнення цих цілей необхідно забезпечити належну інфраструктуру та механізми фінансування, підвищити рівень підготовки фахівців та забезпечити належну увагу та підтримку з боку влади та бізнес-середовища.

Україна може використовувати зарубіжний досвід та приклади успіху, щоб розвивати свій креативний сектор та створювати сприятливі умови для його розвитку. Такі країни, як Великобританія, Фінляндія, Ізраїль та Швеція, вже успішно розвивають свої креативні сектори та можуть надати корисний досвід та знання для України.

Наприклад, Великобританія є лідером у галузі культурно-креативних індустрій, з значною кількістю стартапів та інкубаторів, що сприяють розвитку

креативності. Фінляндія вважається однією з кращих країн для розвитку креативних індустрій у світі, маючи велику кількість студій з дизайну та музики, а також інноваційні підприємства, що спеціалізуються на технологіях розробки ігор та візуальних ефектів.

Ізраїль також є однією з країн з найбільш розвиненим креативним сектором, з акселераторами та інкубаторами, які допомагають сприяти розвитку креативної економіки та інноваційних проектів. Швеція має високу концентрацію креативних підприємств та студій з галузей, таких як музика, дизайн та інше, що сприяє створенню сприятливих умов для розвитку креативності та інновацій.

Україна може навчитися від цих країн, як створювати сприятливі умови для розвитку креативного сектору, включаючи підтримку стартапів та інноваційних проектів, розвиток кластерів та інкубаторів, створення механізмів фінансування та розвитку міжнародних зв'язків. Такий розвиток креативного сектору може допомогти Україні розвиватися в майбутньому і стати лідером у галузі культурно-креативних індустрій в Східній Європі.

3.2 Шляхи вдосконалення розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду

Розвиток креативного сектору в Україні може бути поліпшений за допомогою використання зарубіжного досвіду в цій галузі.

Розробка регіональних стратегій є важливим шляхом забезпечення сталого розвитку креативного сектору в Україні. Це може допомогти врахувати особливості кожного регіону, його потенціал та можливості для розвитку креативного сектору.

Україна може навчитися від розвинених країн, де розробка регіональних стратегій для креативного сектору є поширеним підходом. Наприклад,

Великобританія має регіональні стратегії, що охоплюють креативний сектор, які сприяють розвитку місцевої економіки та сприяють залученню інвестицій. У Японії відзначається успішний досвід розвитку креативного сектору в регіонах, де держава сприяє створенню кластерів креативних підприємств та стимулює їх діяльність. В Швеції регіональні стратегії для креативного сектору допомагають залучати кошти для підтримки стартапів та розвитку інфраструктури.

Основні етапи розробки регіональної стратегії для креативного сектору можуть включати: [52, с.56-59]

- Аналіз потенціалу та існуючої інфраструктури креативного сектору в регіоні.
- Визначення цілей та завдань для розвитку креативного сектору в регіоні.
- Розробка стратегії, яка включатиме конкретні заходи та програми для досягнення визначених цілей.
- Виконання та моніторинг реалізації стратегії.
- Оцінка ефективності та внесення змін до стратегії у випадку необхідності.

Розробка регіональних стратегій для креативного сектору може бути важливим кроком для забезпечення сталого розвитку креативної індустрії в Україні. Це дозволить уважніше вивчити потенціал різних регіонів, визначити конкретні напрями розвитку та створити сприятливі умови для залучення інвестицій та розвитку креативних підприємств.

Для того, щоб регіональна стратегія для креативного сектору була ефективною, вона повинна бути розроблена з урахуванням особливостей кожного конкретного регіону. Основні етапи розробки стратегії можуть включати аналіз потенціалу та існуючої інфраструктури креативного сектору, визначення цілей та завдань для розвитку креативного сектору в регіоні, розробку конкретних заходів та програм для досягнення цілей, виконання та моніторинг реалізації стратегії та оцінку її ефективності.

Окрім того, важливим є залучення різних стейкхолдерів до розробки та реалізації регіональних стратегій для креативного сектору. Це можуть бути місцеві влади, підприємства, академічні та наукові установи, громадські організації та інші зацікавлені сторони. Таке партнерство дозволить забезпечити більш повний та об'єктивний аналіз ситуації в регіоні та відповідно розробити більш ефективну стратегію.

Забезпечення фінансування є важливим елементом розвитку креативного сектору в Україні. У більшості розвинених країн креативний сектор підтримується державними програмами фінансування, що допомагає забезпечити сталість та ефективність його розвитку.

Україна може використовувати підходи країн, де фінансування креативного сектору є державним пріоритетом. Наприклад, Ізраїль та Великобританія мають різні програми фінансування для креативного сектору, які охоплюють різні галузі та включають у себе гранти, позики та інвестиції. У Ізраїлі національна програма підтримки креативного сектору "Креативна Ізраїль" забезпечує фінансову та інфраструктурну підтримку для розвитку креативних підприємств та стартапів. У Великобританії програма Creative Industries Federation пропонує гранти та позики для розвитку креативної індустрії.

Окрім державної підтримки, важливим є також залучення інвестицій та партнерів для розвитку креативного сектору в Україні. Це можуть бути іноземні інвестори, міжнародні організації та фонди, які можуть забезпечити фінансування та іншу підтримку для створення та розвитку креативних підприємств.

Також важливим є розвиток механізмів фінансування, що сприяють створенню умов для розвитку креативного сектору в Україні. Наприклад, створення фондів розвитку креативного сектору, стимулювання розвитку інвестиційного клімату в Україні та створення механізмів підтримки для креативних підприємств.

Створення фондів розвитку креативного сектору може бути ефективним механізмом забезпечення фінансової підтримки для креативних підприємств. Ці фонди можуть надавати гранти, позики та іншу фінансову підтримку для розвитку креативного сектору в Україні. Також важливо залучати міжнародних партнерів та інвесторів до таких фондів, що дозволить забезпечити сталість та ефективність їх роботи.

Стимулювання розвитку інвестиційного клімату в Україні також може допомогти залучити більше інвестицій у креативний сектор. Для цього потрібно створити сприятливі умови для інвесторів та зменшити ризики інвестування в Україну. Наприклад, це може бути забезпечено шляхом вдосконалення законодавства, спрощення процедур реєстрації та ліцензування, зменшення адміністративних бар'єрів та інших заходів, що підвищують привабливість України для інвесторів.

Створення механізмів підтримки для креативних підприємств є важливим елементом забезпечення сталого розвитку креативного сектору в Україні. Це може включати надання консультаційних та інформаційних послуг, організацію курсів підвищення кваліфікації, підтримку в пошуку інвесторів та ринків збуту. Такі механізми підтримки можуть допомогти створити сприятливі умови для розвитку креативних підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності.

Надання консультаційних та інформаційних послуг може допомогти креативним підприємствам здійснювати більш обґрунтовані та ефективні рішення щодо розвитку та маркетингу своїх продуктів та послуг. Організація курсів підвищення кваліфікації для фахівців креативного сектору також може сприяти підвищенню їх компетентності та якості надання послуг.

Підтримка в пошуку інвесторів та ринків збуту може допомогти креативним підприємствам знайти нові можливості для залучення інвестицій та розширення свого бізнесу на нових ринках. Така підтримка може включати підготовку бізнес-планів та інвестиційних проектів, пошук інвесторів, організацію презентацій та виставок.

Окрім того, важливою є підтримка креативних підприємств на міжнародному рівні. Наприклад, участь у міжнародних виставках, конференціях та інших подіях може допомогти презентувати свої продукти та послуги на світовому ринку, залучати нових клієнтів та інвесторів, а також вивчати світові тренди та інновації.

Створення інфраструктури. Важливим шляхом розвитку креативного сектору є створення необхідної інфраструктури, яка допоможе сприяти розвитку індустрії. Україна може навчитися від США та Швеції, де існують спеціалізовані кластери та інкубатори, які надають доступ до необхідних ресурсів та підтримки для розвитку креативних підприємств.

Створення спеціалізованих кластерів та інкубаторів є важливим кроком для розвитку креативного сектору в Україні. Такі центри можуть забезпечити доступ до необхідної інфраструктури та ресурсів для креативних підприємств, таких як спільні робочі простори, обладнання, інформаційні технології та інше.

Крім того, такі центри можуть надавати підтримку у формі консультацій, навчання та інших послуг для креативних підприємств, які допоможуть їм зростати та розвиватися. Така підтримка може включати навчання фахівців у галузі маркетингу, менеджменту, фінансів та інших сферах, що є важливими для успішної діяльності креативних підприємств.

Інкубатори та кластери можуть бути спрямовані на розвиток конкретних галузей креативного сектору, таких як дизайн, музика, відеоігри та інші. Це дозволить створити сприятливі умови для співпраці та обміну ідеями між креативними підприємствами, що сприятиме створенню нових продуктів та послуг у цих галузях.

Україна може навчитися від країн, які вже успішно впровадили спеціалізовані кластери та інкубатори, таких як США та Швеція. В США, наприклад, існують такі відомі кластери, як Silicon Valley, Hollywood та інші, які забезпечують високу концентрацію креативних підприємств та сприяють інноваціям у різних галузях. У Швеції діє також відомий інкубатор Sting, який

сприяє розвитку стартапів у галузі інформаційних технологій та креативності. [47].

Нарешті, важливо забезпечити доступ до інформації про можливості розвитку креативного сектору в Україні. Інформаційні портали та ресурси, такі як Creative Europe, можуть допомогти забезпечити доступ до актуальної інформації про фінансову та іншу підтримку креативних проектів та підприємств. Такі портали можуть надавати інформацію про гранти, конкурси, стипендії та інші можливості для розвитку креативної індустрії в Україні. [49]

Усі ці шляхи можуть допомогти забезпечити сталість та успішність розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду. Важливо реалізувати ці шляхи взаємодії та співпраці з різними галузями та владними структурами, щоб забезпечити ефективну підтримку та розвиток креативного сектору в Україні.

Розвиток міжнародних зв'язків. Розвиток креативного сектору може бути забезпечений за допомогою розвитку міжнародних зв'язків. Україна може використовувати зарубіжний досвід, де розвиток креативного сектору часто забезпечується за рахунок міжнародного співробітництва. Для цього необхідно залучати іноземних інвесторів та партнерів, проводити міжнародні культурні проекти та фестивалі.

Один з прикладів успішного міжнародного співробітництва у галузі креативності - це програма Creative Europe Європейського Союзу, яка підтримує проекти у галузі культури та творчості в різних країнах. Україна має можливість брати участь у цій програмі та залучати фінансову та іншу підтримку для своїх проектів.

Також, українські креативні підприємства можуть активно залучати іноземних інвесторів та партнерів для співпраці та розвитку своїх проектів. Наприклад, в Ізраїлі існують спеціалізовані акселератори, які надають можливості для залучення інвестицій в інноваційні та креативні проекти.

Крім того, проведення міжнародних культурних проектів та фестивалів може допомогти залучати увагу до українського креативного сектору та

збільшити його відомість у світі. Наприклад, фестиваль креативності та інновацій TEDxKyiv в Україні вже успішно привернув увагу до українських ідей та проектів.

Розвиток екосистеми. Розвиток креативного сектору може бути забезпечений за допомогою розвитку екосистеми, що включає у себе різні галузі та стейкхолдерів. Україна може використовувати досвід Фінляндії та Ізраїлю, де існують екосистеми, що об'єднують різні галузі та сприяють створенню сприятливих умов для розвитку креативного сектору.

Екосистема може включати у себе різні галузі, такі як ІТ, дизайн, медіа, культура та інші, а також стейкхолдерів, такі як уряд, бізнес, академічні та дослідницькі установи та громадські організації.

Один з прикладів успішної екосистеми в галузі креативності - це екосистема Фінляндії, яка включає у себе різні галузі, такі як дизайн, музика, медіа та інші. В рамках цієї екосистеми діє багато стартапів та спеціалізованих кластерів, що сприяють розвитку креативності в різних галузях.

Ізраїль також є прикладом успішної екосистеми в галузі креативності. У країні діє багато спеціалізованих акселераторів та інкубаторів, що надають підтримку стартапам та інноваційним проектам у галузі креативності. [46].

Україна може використовувати ці приклади та навчитися створювати екосистему, що об'єднує різні галузі та стейкхолдерів для розвитку креативного сектору. Для цього можна залучати бізнес, академічні та дослідницькі установи та громадські організації до співпраці та створювати спеціалізовані кластери та інкубатори для розвитку різних галузей креативного сектору.

Загалом, розвиток екосистеми є важливим чинником для сталого розвитку креативного сектору в Україні, оскільки це допомагає створити сприятливі умови для розвитку та зміцнення галузі. Це дозволить залучити більше інвестицій, створити нові робочі місця та сприяти розвитку інноваційних проектів у креативному секторі. Важливо, щоб екосистема була стійкою та забезпечувала розвиток не лише на короткостроковій, але й на

довгостроковій перспективі, сприяючи сталому зростанню та розвитку креативного сектору в Україні.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного в бакалаврській кваліфікаційній роботі дослідження ролі креативної економіки в сучасному світі було встановлено, що креативна економіка є важливим елементом сучасної економіки, який забезпечує зростання ВВП та створення нових робочих місць. Застосування методів та інструментів розвитку креативного сектору може стимулювати інноваційні процеси в економіці, підвищувати конкурентоспроможність країни та забезпечувати зростання економіки.

Складові креативного сектору економіки, такі як креативні індустрії та креативний клас, є важливими складовими частинами економіки країни, які впливають на розвиток культури, мистецтва та інноваційної діяльності. Розвиток креативного сектору є ключовим фактором в розвитку сучасної економіки, а дослідження цього сектору є важливою задачею для розуміння та стимулювання економічного зростання країни.

У другому розділі дослідження було проведено аналіз розвитку креативного сектору економіки у Великій Британії, яка є однією з провідних країн у галузі креативної економіки. Було проаналізовано розвиток креативного сектору в зарубіжних країнах та досліджено стан креативного сектору економіки у Великій Британії.

В результаті аналізу було встановлено, що креативний сектор Великої Британії є одним з найбільших у світі та має великий вплив на економіку країни. Креативні індустрії у Великій Британії забезпечують більше 2 млн робочих місць та мають високі темпи зростання. Інституційне регулювання креативного сектору у Великій Британії є досить розвиненим та включає в себе різноманітні програми та ініціативи для підтримки розвитку креативного сектору.

Одним з ключових факторів успіху креативного сектору у Великій Британії є його спрямованість на міжнародний ринок, що забезпечує розвиток інноваційних та конкурентоспроможних продуктів та послуг. Також важливим аспектом є підтримка від держави та приватного сектору, яка забезпечує фінансування та інфраструктуру для розвитку креативного сектору.

Дослідження стану креативного сектору у Великій Британії є важливим прикладом для розуміння та стимулювання розвитку креативного сектору в інших країнах. Важливою задачею є використання досвіду та інструментів Великої Британії для підтримки розвитку креативного сектору в Україні та інших країнах, що мають потенціал для розвитку цієї галузі. Розвиток креативного сектору може сприяти зростанню економіки, створенню нових робочих місць та збільшенню конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку. Одним з ефективних методів підтримки розвитку креативного сектору є розробка та впровадження ініціатив, які сприяють залученню фінансування та підтримці креативних підприємців та інших учасників ринку. Також важливим є розвиток інфраструктури та відповідних сервісів, які сприяють розвитку креативного сектору, таких як простори для роботи, спільноти та мережі підтримки, освіта та підготовка фахівців у галузі креативної економіки.

У 2021 році сектор креативних індустрій приніс економіці Великобританії 109 мільярдів фунтів стерлінгів. Це еквівалентно 5,6% економіки Великобританії того року. Найбільшим підсектором у креативних галузях були ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, на частку яких у 2021 році припадало 2,3% економіки Великобританії. (Ці цифри базуються на місячних оцінках валової доданої вартості (ВДВ)). Найбільший внесок у сектор роблять ІТ, розробка ПЗ та ігор, телебачення та виробництво фільмів, а також реклама. У 2021 році в КІ діяло майже 296 тисяч фірм, при цьому понад 94,8% з них є мікро бізнесами. Кількість фірм у секторі зросла на 25% за період з 2017 по 2021 рік, складаючи 236 тисяч та 296 тисяч відповідно. З іншого боку, частка

креативного сектору у національній економіці залишається стабільною та складає 11,8% в 2017 та 11,9% в 2021 році за кількістю задіяних бізнесів.

У Великій Британії існує Стратегія розвитку креативного сектору до 2030 року, вона заснована на визнанні його вагомого внеску в економіку країни та прагненні підтримати та збільшити його потенціал. Одним з ключових завдань стратегії є створення сприятливих умов для розвитку креативних підприємств та забезпечення їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

У третьому розділі дослідження було проведено аналіз стану та розвитку креативного сектору економіки в Україні, досліджено проблеми та перспективи розвитку креативного сектору в Україні на основі зарубіжного досвіду.

За результатами аналізу встановлено, що креативний сектор України є досить розвиненим, але має проблеми з відсутністю фінансування та інфраструктури для його розвитку. Зокрема, в Україні відсутні програми та ініціативи держави для підтримки розвитку креативного сектору, що ускладнює його розвиток.

Креативному сектору Україна варто зважати на досвід розвинених країн, де розробка регіональних стратегій для креативного сектору є поширеним підходом. Наприклад, Великобританія має регіональні стратегії, що охоплюють креативний сектор, які сприяють розвитку місцевої економіки та сприяють залученню інвестицій. У Японії відзначається успішний досвід розвитку креативного сектору в регіонах, де держава сприяє створенню кластерів креативних підприємств та стимулює їх діяльність. В Швеції регіональні стратегії для креативного сектору допомагають залучати кошти для підтримки стартапів та розвитку інфраструктури.

Україна може використовувати підходи країн, де фінансування креативного сектору є державним пріоритетом. Наприклад, Ізраїль та Великобританія мають різні програми фінансування для креативного сектору, які охоплюють різні галузі та включають у себе гранти, позики та інвестиції. У Ізраїлі національна програма підтримки креативного сектору "Креативна Ізраїль" забезпечує фінансову та інфраструктурну підтримку для розвитку

креативних підприємств та стартапів. У Великобританії програма Creative Industries Federation пропонує гранти та позики для розвитку креативної індустрії.

Іншими заходами покращення креативного сектору є :

Створення фондів розвитку креативного сектору може бути ефективним механізмом забезпечення фінансової підтримки для креативних підприємств.

Стимулювання розвитку інвестиційного клімату в Україні також сприятиме залученню більшого обсягу інвестицій у креативний сектор.

Створення механізмів підтримки для креативних підприємств є важливим елементом забезпечення сталого розвитку креативного сектору в Україні.

Надання консультаційних та інформаційних послуг допоможе креативним підприємствам здійснювати більш обґрунтовані та ефективні рішення щодо розвитку та маркетингу своїх продуктів та послуг.

Підтримка в пошуку інвесторів та ринків збуту сприятиме креативним підприємствам новим можливостям для залучення інвестицій та розширення свого бізнесу на нових ринках.

Важливим шляхом розвитку креативного сектору є створення необхідної інфраструктури, яка сприятиме розвитку креативної індустрії. Україна може імплементувати досвід США та Швеції, де існують спеціалізовані кластери та інкубатори, які надають доступ до необхідних ресурсів та підтримки для розвитку креативних підприємств.

Створення спеціалізованих кластерів та інкубаторів є важливим кроком для розвитку креативного сектору в Україні.

Україна також може навчитися на досвіді країн, які вже успішно впровадили спеціалізовані кластери та інкубатори, таких як США та Швеція. В США, наприклад, існують такі відомі кластери, як Silicon Valley, Hollywood та інші, які забезпечують високу концентрацію креативних підприємств та сприяють інноваціям у різних галузях. У Швеції діє також відомий інкубатор Sting, який сприяє розвитку стартапів у галузі інформаційних технологій та креативності.

Отже, розвиток креативного сектору є важливою складовою частиною сучасної економіки, який може забезпечувати створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності та зростання ВВП країни. Дослідження та підтримка цього сектору є важливим завданням для урядових та недержавних організацій, а також для кожного креативного підприємця, який бажає зробити свій внесок у розвиток країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кліпкова О. І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектора в управлінні підприємством/ О. І. Кліпкова //Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015. Серія Економіка. Вип. 2(4). Ч.2. – 76-80 с.
2. Richard Florida (2002) "The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life". Basic Books.
3. John Howkins (2001) "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas". Penguin Books.
4. Charles Landry (2000) "The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators". Comedia.
5. David Throsby (2001) "Economics and Culture". Cambridge University Press.
6. Andy Pratt and Paul Jeffcutt (eds.) (2009) "Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives". Springer.
7. Pier Luigi Sacco and Guido Ferilli (2010) "Culture and the City: Creativity, Innovation and Urban Renewal". Ashgate.
8. Brian Moeran and Jesper Strandgaard Pedersen (eds.) (2011) "Negotiating Values in the Creative Industries: Fairs, Festivals and Competitive Events". Cambridge University Press.
9. Р. Флоріда. "The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life" (2002) - <https://www.routledge.com/The-Rise-of-the-Creative-Class-Revisited/Florida/p/book/9781478987226>
10. К. Ландри. "The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators" (2000) - <https://www.routledge.com/The-Creative-City-A-Toolkit-for-Urban-Innovators-2nd-Edition/Landry/p/book/9781138839860>

11. Д. Хаул, "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas" (2002) - <https://www.amazon.com/Creative-Economy-People-Money-Ideas/dp/0142001104>
12. Д. Харві, "The Condition of Postmodernity" (1989) - <https://www.wiley.com/en-us/The+Condition+of+Postmodernity%2C+2nd+Edition-p-9780631162940>
13. Дж. ПУТНАМ, "Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community" (2000) - <https://www.amazon.com/Bowling-Alone-Collapse-American-Community/dp/0743203046>
14. Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Basic Books.
15. Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin Books.
16. Landry, C. (2000). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. Earthscan Publications.
17. Cooke, P., & Lazzeretti, L. (Eds.). (2008). Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar Publishing.
18. Markusen, A. (2006). Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and Planning A*, 38(10), 1921-1940.
19. Pratt, A. C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107-117.
20. Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615-649.
21. Ославська С. Вірус креативності. *Korydor журнал про сучасну культуру*: онлайн-журнал. URL: <https://bit.ly/388OaMq>
22. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. Львів: Кальварія, 2017. 164 с.

23. Уряд затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Урядовий портал: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2QUBzX0>

24. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування, с.8 - // Международный научный журнал “Интернаука”, № 3(43), 2 т., 2018

25. UNCTAD based on UN COMTRADE Database. URL: <https://comtradeplus.un.org/>

26. Обстеження робочої сили Європейського Союзу: статистична база даних. / Євростат. 2021. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/european-union-labour-force-survey>

27. National Statistics on the Creative Industries URL.: [https://pec.ac.uk/news/national-statistics-on-the-creative-industries#:~:text=Around%20300%2C000%2C%20or%20over%20one,Creative%20Industries%20\(DCMS%202022](https://pec.ac.uk/news/national-statistics-on-the-creative-industries#:~:text=Around%20300%2C000%2C%20or%20over%20one,Creative%20Industries%20(DCMS%202022)

28. Statistics on the Creative Industries URL.: https://www.gov.uk/business-and-industry/media-and-creative-industries#research_and_statistics

29. Внесок креативних індустрій в економіку Великобританії: факти та цифри <https://lordslibrary.parliament.uk/arts-and-creative-industries-the-case-for-a-strategy/>

30. Глобальний індекс інновацій 2021:резюме. / Всесвітня організація інтелектуальної власності. 2021. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021_exec.pdf#page=6

31. Як креативна економіка може допомогти розвитку влади? / Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури. 2019. URL: <https://unctad.org/news/how-creative-economy-can-help-power-development>

32. Value added, and its components; GFCF and assets by activity. / Статистична база даних організації економічного співробітництва та розвитку. 2020.URL:https://www.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=SNA_TABLE30

33. Майбутнє професій: річний звіт. / Всесвітній економічний форум. 2020. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf
34. Культурна демократія та інклюзія: база даних публікацій. / Міжнародна рада музеїв. 2019. URL: <https://icom.museum/en/our-actions/research-development/>
35. Про культуру : Закон України від від 14.12.2010 із змінами від 04.03.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
36. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : розпорядження КМУ від 24.04.2019 № 265-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
37. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. URL: <https://kse.ua/ua/kse-research/kreativniindustriyi-vpliv-na-rozvitok-ekonomiki-ukrayini/>
38. What do we Mean by the Cultural and Creative Industries? URL: <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digitallibrary/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>
39. Mapping the Creative Industries: A Toolkit. URL: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf
40. Cultural and creative sectors. URL: <https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creativesectors/cultural-and-creative-sectors>
41. Antwerpen J., Fesel B., Kaltenbach L. The cultural and creative industries in europe. Entrepreneurial assets and capacities need more support. URL: https://ecbnetwork.eu/wpcontent/uploads/2015/07/ECBN_manifesto-20151.pdf
42. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. URL: <https://kse.ua/ua/kse-research/kreativniindustriyi-vpliv-na-rozvitok-ekonomiki-ukrayini/>

43. Державна служба статистики України, Показники діяльності суб'єктів господарювання. [Електронний ресурс] – URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/size_20.htm

44. Arts Council, UK. URL: <https://www.artscouncil.org.uk/>

45. The National Lottery, UK. Where the money goes. URL: <https://www.national-lottery.co.uk/life-changing/where-the-money-goes>

46. Creative Scotland. URL: <https://www.creativescotland.com/>

47. Creative England. URL: <https://www.creativeengland.co.uk/about/>

48. Nesta innovation agency, UK. URL: <https://www.nesta.org.uk/our-specialist-enterprises/>

49. Перепелюкова О В. Вплив сучасних тенденцій на економічний розвиток регіонів України. глобальні та національні проблеми економіки. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/103.pdf>

50. Якушева О.В. (2018). Міжрегіональний взаємозв'язок як фактор економічного зростання. Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Збірник наукових праць. Маріуполь: ДТУ «ПДТУ», Вип. 17. С. 221–226.

51. Якушева О.В. Законодавчі ініціативи у сфері конвергенції регіонів: виклики сучасності. Економіка і організація управління. Зб. наук. праць. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2022. Вип. № 2(46). С. 150–160.

52. Пруднікова Л. О. Досвід подолання соціально-економічних диспропорцій розвитку регіонів зарубіжних країн. Економічний вісник Донбасу. 2010. № 3(21). С. 32–35.

53. Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки» URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show /695-2020-%D0%BF#Текст>

54. Кукса І.М., Петухова Т.О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2017. Вип. 12. URL: <https://bit.ly/2tdnQR5>

55. Валевський О.Л. Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій: анотація. 2018. 13 с.
56. Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року. Платформf стратегічних ініціатив «Культура-2025». 2014-2015. URL: <https://bit.ly/2tkCDcV>
57. Чевганова В.Я., Введенская А.В., Заплава О.Ю. Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України. Економіка Та Суспільство. 2018. No 19. С. 680-688. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/106.pdf
58. Hawkings R. Paul Keating's Creative Nation: a policy document that changed us. The Conversation : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Ld1lll>
59. Industrial Strategy: Creative Industries Sector Deal. HM Government. 2018. URL: <https://bit.ly/35I3f5D>
60. Kent C. Creative industries and the UK economy: a success story. NewStatesman. 2019. URL: <https://bit.ly/2RdkZSn>
61. Kohen A. How Korea Is Transforming Into A Creative Economy. Culture & Creativity: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2qiKarC>

ДОДАТКИ

Додаток А

Огляд зарубіжної літератури

1. **R Comunian, L England -Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy - Cultural Trends, 2020 - Taylor & Francis**

The precarious nature of creative and cultural work is widely acknowledged in academic literature. However, it has often been invisible in the eyes of policy and policymaking. As soon as the spread of Covid-19 started impacting local and national economies across the globe, many industry and policy bodies rushed into researching the impact of Covid-19 on the creative and cultural industries (CCIs) and the workers in the sector. The paper offers an insight into the key concerns of these organizations through the meta-analysis of the survey and research projects that are currently being undertaken in the context of the UK. The results highlight common concerns in relation to visible and invisible issues that need addressing in the sector. The paper concludes by questioning if Covid-19 represents a moment of crisis for the sector or has simply exposed the unsustainable price of creative and cultural work.

2. **X Huang, D Fan Global connectedness, local embeddedness and creative economies in European cities - Regional studies, 2021 - Taylor & Francis**

Embracing the global–local debate, this study examines how cities configure their global connectedness and local embeddedness attributes in order to achieve the high performance of urban creative economies in Europe. Using the configurational approach, a fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) is undertaken to investigate urban creative economy performance in a sample of 168 European cities from 30 countries during the period 2000–17. The findings reveal a taxonomy of four distinct types of cities with the high performance of the creative economy and the contingent effects of cultural vibrancy and industrial diversity. This study provides novel insights into the variations among creative cities.

3. **A Gerosa The hidden roots of the creative economy: a critical history of the concept along the twentieth century - International journal of cultural policy, 2022 - Taylor & Francis**

This article delineates a critical history of the economic imaginary of the creative economy. Applying the Cultural Political Economy analytical framework, the article looks at the turning points during the twentieth and twenty-first century in which

different but connected discourses over creativity in the economic sphere emerged. Multiple contributions derive from the results. First, the research adds analytical depth to the existing literature, recovering the thought of Patten and the economic and political debate about creativity during the fifties and the sixties. This operation allows the integration of these discourses and more recent ones about the creative city, creative industries, and creative class under a common framework. Overall, a clear pattern emerges, consisting of two phases: a first phase of germination, in which academic and intellectual circles conceptualise the discourses, and a second phase of dissemination, in which political figures appropriate and spread those discourses. Lastly, we argue that the discourses composing the creative economy imaginary, taken together, can be interpreted as the attempt of Western economies to trigger a new successful cycle of economic accumulation, able to replace the Fordist one.

4. A Mashdurohatun, I Yuliawan, AB Susilo. The effectiveness of intellectual property rights protection to improve creative economy realization in Semarang district - Journal of Southwest, 2021

This article analyzes the impact of intellectual property rights protection on the development of the creative economy in Semarang District. The study covers issues related to determining the degree of protection of intellectual property rights, its impact on stimulating the innovative and creative potential of the region, as well as attracting investments and developing creative industries.

The article uses research methods such as the analysis of statistical data, the study of literary sources and documents, as well as conducting expert surveys or interviews with interested parties. The results of the study provide a basis for formulating recommendations on the policy of protecting intellectual property rights and supporting the creative sector in Semarang District.

5. CF Sembiring, S Riyanto, Influence of Consumer Decision Making, Supplier, and Competitive Advantage over Channel Distribution on Creative Economy with Pandemic COVID-19 - International Journal of Innovative Science and, 2020

This article analyzes the impact of factors such as consumer decision-making, supplier choice, and competitive advantage on distribution channels in the context of the creative economy, taking into account the impact of the COVID-19 pandemic. The study aims to reveal the relationship between these factors and their impact on the effectiveness of distribution channels in creative industries during pandemic restrictions.

The article uses research methods such as the analysis of statistical data, consumer surveys and the analysis of literary sources. The results of the study provide important conclusions regarding the impact of these factors on distribution channels in the creative economy during the COVID-19 pandemic. This can contribute to the

formulation of recommendations for enterprises and organizations in the field of creative industries to improve distribution strategies and achieve competitive advantages in crisis conditions.

6. **Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance. Journal of Economic Geography, 8(5), 615-649.**

The authors focus on the role of human capital, the creative class and the level of tolerance in stimulating the economic growth and development of regions.

The study uses an empirical approach, including the analysis of statistical data and indicators, to analyze the relationship between the mentioned factors and their impact on regional development. The results of the study reveal significant dependencies and interrelationships that contribute to understanding the mechanisms of regional development and the importance of human capital and the creative class in this process.

This article is an important contribution to the field of economic geography and regional development. It contributes to the understanding of the role of human capital, the creative class and tolerance in regional development and can serve as a basis for further research and development of strategies to stimulate economic growth and development of regions.

7. **NS Jodi, A Sudjadi, AI Anggraeni. The role of creativity in forming innovative behaviours of creative industrial workers - Journal Innovation, Creativity and, 2019**

In this article, a study is conducted with the aim of revealing the influence of creativity on the development of innovative behavior of employees of creative industries. The authors examine various aspects of creativity, such as creative potential, intellectual flexibility, and originality, and their impact on employees' ability to think and act innovatively.

The paper uses empirical methods, such as questionnaires and observations, to collect and analyze data on the perception and expression of creativity among workers in the creative industries. The results of the study reveal important connections between creativity and innovative behaviors of employees, which can contribute to stimulating an innovative environment in creative industries.

8. **A Mashdurohatun, I Yuliawan, AB Susilo . The effectiveness of intellectual property rights protection to improve creative economy realization in Semarang district - Journal of Southwest, 2021**

This article analyzes the effectiveness of the protection of intellectual property rights and its impact on the development of the creative economy in the Semarang district. The authors consider various aspects, such as legislation, the practice of protecting

intellectual property rights, the impact on innovation and the development of creative industries in the region.

The article uses research methods, including statistical data analysis, literature and document studies, and surveys or interviews with stakeholders. The results of the study provide grounds for formulating recommendations on the policy of protecting intellectual property rights and supporting the development of the creative economy in Semarang District.

This article is an important document for researchers, practitioners and policy makers, as it reveals the importance of protecting intellectual property rights in the development of the creative economy.

9. A Akbari - A Feasibility Study of Creative Economics in Public Libraries: Using Grounded Theory Method - Research on Information Science and Public Libraries, 2022

In this article, the author conducts a study to determine the possibilities and physical implementation of the development of the creative economy in public libraries. The method of grounded theory is applied, which allows you to get a deeper understanding of the context and the factors that influence the development of the creative economy in this context.

The article examines various aspects, such as the role of public libraries in the creative economy, the potential of creative industries in libraries, the stimulation of creative approach and innovation processes through libraries.

The article uses a research methodology based on the collection and analysis of qualitative data, including interviews with library staff and users.

10. D Gutierrez-Posada, T Kitsos, M Nathan, M Nuccio Do creative industries generate multiplier effects? Evidence from UK cities 1997-2018 - 2021

In this article, the authors conduct a study to determine the effects that creative industries have on the economy of cities. Data analysis methods, including statistical models and econometric methods, are applied to assess the impact of creative industries on the growth of economic indicators of cities.

The article uses an extensive data set covering the period from 1997 to 2018 and includes information on various cities in Great Britain. The results of the study provide empirical evidence of the presence of multiplier effects resulting from the development of creative industries and can contribute to economic growth, employment and innovative development of cities.

This paper is an important document for researchers, economists and policy makers as it highlights the role of creative industries in creating multiplier effects that contribute to the economic development of cities

ANNOTATION

Kamilov K.D. "DEVELOPMENT OF THE CREATIVE SECTOR OF THE ECONOMY IN THE DEVELOPED COUNTRIES OF THE WORLD"

The first two parts of the study focus on the study of the essence and role of the creative economy, as well as on the study of methods and tools used to develop the creative sector. They help to understand the importance of the creative sector in the economy and society and to determine ways of its further development.

The following sections analyze the components of the creative sector, in particular the creative industries and the creative class. They explore a variety of industries such as media, design, music, film, tourism, etc. that are part of the creative sector. The role of the creative class as a key actor in the development of these industries is also explored.

The research includes an analysis of the state of the creative sector of the economy in Great Britain. This chapter focuses on examining various aspects such as the size of the creative sector, the economic contribution of the creative industries, employment in the sector and its role in the formation of new markets and the development of innovative technologies.

The analysis of the development of the creative sector in foreign countries allows us to identify key success factors and trends in the development of creative industries. This analysis can serve as a basis for formulating recommendations for the development of the creative sector in Ukraine.

Keywords: strategy, development strategy, information, information economy, enterprise efficiency, strategic management.

The year of Thesis oral defense is 2023.

Додаток В

Частка робочої сили в креативному секторі за країнами, %, 2021 р.	
Австралія	2,1
Південна Корея	1,9
Великобританія	1,8
Франція	1,6
Канада	1,5
Італія	1,5
Японія	1,5
Мексика	1,5
Сполучені Штати	1,4
Німеччина	1,2
Туреччина	1,0

Частка доданої вартості в креативному секторі за країнами, %, 2021 р.	
Великобританія	5,8
Сполучені Штати	4,7
Франція	3,4
Німеччина	3,3
Південна Корея	3,1
Канада	2,7
Австралія	2,6
Італія	2,1
Туреччина	1,1
Бразилія	0,8
Мексика	0,7

Додаток Г

Показники глобального інноваційного індексу, 2021 рік

№ п/п	Країни	Індекс	Груповий показник	Регіональний показник
1	Швейцарія	65,5	1	1
2	Швеція	63,1	2	2
3	США	61,3	3	1
4	Великобританія	59,8	4	3
5	Південня Корея	59,3	5	1
6	Нідерланди	58,6	6	4
7	Фінляндія	58,4	7	5
8	Сінгапур	57,8	8	2
9	Данія	57,3	9	6
10	Німеччина	57,3	10	7
20	Норвегія	50,4	19	12
30	Іспанія	45,4	29	19
49	Україна	35,6	3	32
73	Аргентина	29,8	20	8
132	Ангола	15,0	34	27



Ім'я користувача:
Міжнародного менеджменту Олійник Вікторія

ID перевірки:
1015220311

Дата перевірки:
24.05.2023 10:19:42 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
24.05.2023 10:26:45 EEST

ID користувача:
100005721

Назва документа: Камілов К.Д.Розвиток креативного сектору економіки в розвинених країнах світу

Кількість сторінок: 69 Кількість слів: 14173 Кількість символів: 109404 Розмір файлу: 1.40 MB ID файлу: 1014897770

7.73% Схожість

Найбільша схожість: 3.22% з Інтернет-джерелом (<http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/20377/Sitnik...>)

6.7% Джерела з Інтернету

273

Сторінка 71

4.22% Джерела з Бібліотеки

567

Сторінка 73

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

23