

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

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 «Креативна економіка в країнах, що розвиваються (на прикладі
Індії)»**

здобувача Мещерякової Наталії Павлівни

Науковий керівник: д.е.н., професор Чужиков
Віктор Іванович

(підпис)

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

Завідувач кафедри: д.е.н., доцент Федірко О.А.

(підпис)

Київ 2024

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

Міжнародні економічні відносини

29 «Міжнародні відносини»

292 «Міжнародні економічні відносини»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

С.І. Ткаленко

(підпис)

20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

О.А. Федірко

(підпис)

20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Мещеряковій Наталії Павлівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

денна

форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему **«Креативна економіка в країнах, що розвиваються(на прикладі Індії)»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "28" 12 2023 р .№ 2320-ст.

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Методологічні підходи дослідження креативної економіки в країнах, що розвиваються
Розділ 2	Тренди креативної індустрії Індії
Розділ 3	Стратегія розвитку креативної індустрії
Об'єкт дослідження:	Процес розвитку креативної економіки в країнах, що розвиваються

Предмет дослідження:	Особливості структури, характеру та секторальної диверсифікації креативної індустрії Індії
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Мета полягає в системному дослідженні генезису креативної економіки в країнах, що розвиваються та виявлення специфіки трансформації змін в Індії

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

У розділі 1	1.1. Суть, значення та особливості формування креативної індустрії в країнах що розвиваються
	1.2. Методика оцінювання масштабів креативної індустрії
У розділі 2	2.1. Особливості креативної індустрії Індії
	2.2. Механізми і інструменти регулювання
	2.3. Перспективи розвитку україно-індійського співробітництва в креативній сфері
У розділі 3	3.1. Диверсифікація виробництва креативних товарів
	3.2. Особливості експорту креативних послуг

Завдання підготував
науковий керівник

Чужиков В.І.

« ____ » _____

_____р.

Завдання одержав
Здобувач

Мещерякова Н.П.

« ____ » _____

_____р.

Відгук

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету Міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»

Мещерякової Наталії Павлівни

(прізвище, ініціали)

на тему: «Креативна економіка в країнах, що розвиваються»

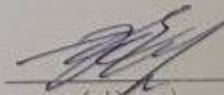
(назва теми)

1. **Актуальність теми:** зумовлена активною секторальною диверсифікацією креативної економіки в країнах третього світу.
2. **Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи:** обрана автором структура та логіка викладання. Важливе значення має фокусування дослідження на україно-індійських відносинах щодо механізмів і інструментів диверсифікації і регулювання торгівлі креативними товарами та послугами.
3. **Наявність самостійних розробок автора:** важливими позитивними перевагами дипломної роботи є розроблення стратегії диверсифікації розвитку креативної індустрії, а також шляхи гармонізації експортних стратегій України.
4. **Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:** окремі розробка автора, зокрема шляхи гармонізації експортних стратегій та диверсифікації експорту креативних послуг можна використати при викладанні курсу «Міжнародна економіка» та розробці відповідних кейсів.
5. **Наявність недоліків:** не помічено.
6. **Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** відповідає вимогам, допущена до захисту. Оцінка – 47 балів.

Науковий керівник:

проректор, д.е.н., професор

(посада, учене звання, науковий ступінь)


(підпис)

В.І Чужиков

(прізвище, ініціали)

"27" травня 2024р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота: 55 сторінок, 3 розділи, , 14 таблиць, 6 додатків, 34 джерела.

Назва кваліфікаційної бакалаврської роботи

«Креативна економіка в країнах, що розвиваються (на прикладі Індії)»

Об'єктом дослідження є процес розвитку креативної економіки в країнах, що розвиваються, як новітнього феномену, що поєднує культурні, технологічні та економічні аспекти для досягнення стійкого зростання та підвищення конкурентоспроможності.

Предметом дослідження виступають особливості структури, характеру та секторальної диверсифікації креативної індустрії Індії як провідної креативної економіки серед країн, що розвиваються, з фокусом на унікальні механізми інтеграції традиційних практик в інноваційні бізнес-моделі.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи - комплексне дослідження розвитку креативної економіки в країнах, що розвиваються, на прикладі аналізу креативних індустрій Індії, визначення їх ролі, факторів успіху та викликів, а також розробка рекомендацій щодо максимізації потенціалу креативного сектору та імплементації успішного досвіду в Україні.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

1. Дослідити теоретичні засади креативної економіки, її сутність, структуру та значення для економічного розвитку країн.
2. Вивчити методики оцінювання масштабів креативних індустрій та підходи до аналізу їх впливу.
3. Проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку креативного сектору в Індії, визначити його сильні та слабкі сторони.
4. Розглянути державну політику та механізми регулювання креативних індустрій в Індії.
5. Оцінити перспективи міжнародної співпраці та партнерства у креативній сфері між Україною та Індією.
6. Визначити шляхи диверсифікації виробництва креативних товарів і

експорту креативних послуг в Індії.

7. Розробити практичні рекомендації щодо стимулювання розвитку креативної економіки в Індії.

8. Вивчити можливості імплементації успішного досвіду Індії в контексті розбудови креативних індустрій в Україні.

Практичне значення отриманих результатів. полягає в тому, що запропоновані в роботі рекомендації можуть бути використані:

- Міністерством економіки України та профільними відомствами при розробці стратегій розвитку креативних індустрій;
- Українським культурним фондом та Українським інститутом книги для налагодження партнерства з індійськими креативними організаціями;
- вітчизняними компаніями креативного сектору для адаптації успішних індійських бізнес-моделей;
- освітніми закладами при підготовці фахівців у сфері креативної економіки;
- науковцями для подальших досліджень розвитку креативних індустрій у країнах, що розвиваються.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи - 2024

Рік захисту роботи- 2024

Ключові слова: КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА, ІНДІЯ, КРАЇНИ ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ, ІННОВАЦІЇ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ДИВЕРСИФІКАЦІЯ, КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ.....	7
1.1.Суть, значення та особливості формування креативної індустрії в країнах, що розвиваються.....	7
1.2.Методика оцінювання масштабів креативної індустрії.....	13
РОЗДІЛ 2. ТРЕНДИ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ ІНДІЇ.....	20
2.1.Особливості креативної індустрії Індії.....	20
2.2.Механізми і інструменти регулювання.....	27
2.3.Перспективи розвитку україно-індійського співробітництва в креативній сфері.....	32
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	36
3.1.Диверсифікація виробництва креативних товарів.....	36
3.2.Особливості експорту креативних послуг.....	41
Висновки.....	47
Список використаних джерел.....	53

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в зростаючій ролі креативної економіки як нового джерела економічного зростання, створення робочих місць та підвищення конкурентоспроможності для країн, що розвиваються. Креативні індустрії, засновані на використанні інтелектуальної власності, таланту та інновацій, стають все більш важливими для диверсифікації економіки та сталого розвитку.

Індія, як одна з найбільших економік, що розвиваються, демонструє стрімке зростання креативного сектору. Країна має давні культурні традиції та потужний людський потенціал, що створює сприятливе підґрунтя для розвитку креативних індустрій. Індійські ІТ-послуги, кіновиробництво, музика, ремесла та дизайн завойовують все більшу популярність на світовому ринку. Разом з тим, Індія стикається з низкою викликів у максимізації потенціалу креативної економіки: недостатньою державною підтримкою, обмеженим доступом до фінансування, браком кваліфікованих кадрів, інфраструктурними проблемами тощо. Дослідження факторів успіху креативних індустрій в Індії, інструментів їх стимулювання та шляхів подолання бар'єрів є актуальним завданням. Вивчення досвіду Індії як провідної креативної економіки серед країн, що розвиваються, може дати цінні знання для інших держав щодо стратегій розбудови власних креативних секторів.

Таким чином, актуальність обраної теми обумовлена зростаючим значенням креативної економіки як нового драйвера розвитку для країн, що розвиваються, потребою вивчення індійського досвіду та пошуку шляхів максимізації потенціалу креативних індустрій.

Мета моєї кваліфікаційної роботи полягає в комплексному дослідженні розвитку креативної економіки в країнах, що розвиваються, на прикладі аналізу

креативних індустрій Індії, визначенні їх ролі, факторів успіху та викликів, а також розробці рекомендацій щодо максимізації потенціалу креативного сектору.

Для досягнення поставленої мети я виконаю такі завдання:

- Дослідити теоретичні засади креативної економіки, її сутність, структуру, значення для економічного розвитку країн.
- Вивчити методики оцінювання масштабів креативних індустрій та підходи до аналізу їх впливу.
- Проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку креативного сектору в Індії, визначити його сильні та слабкі сторони.
- Розглянути державну політику та механізми регулювання креативних індустрій в Індії.
- Оцінити перспективи міжнародної співпраці та партнерства у креативній сфері між Україною та Індією.
- Визначити шляхи диверсифікації виробництва креативних товарів і експорту креативних послуг в Індії.
- Розробити практичні рекомендації щодо стимулювання розвитку креативної економіки в Індії.
- Вивчити можливості імплементації успішного досвіду Індії в контексті розбудови креативних індустрій в Україні.

Виконання поставлених завдань дозволить мені досягти мети дослідження, комплексно вивчити креативний сектор Індії та розробити відповідні рекомендації. Об'єктом дослідження є процес розвитку креативної економіки в країнах, що розвиваються.

Предметом дослідження виступають особливості структури, характеру та секторальної диверсифікації креативної індустрії Індії як провідної креативної економіки серед країн, що розвиваються.

Таким чином, об'єктом є загальний процес становлення та розбудови креативного сектору в державах, що знаходяться на шляху економічного розвитку.

В той же час, предметом виступає конкретний приклад Індії як однієї з найбільших креативних економік серед країн, що розвиваються.

Отже, об'єкт окреслює загальну проблематику дослідження, а предмет конкретизує аспекти, що будуть ретельно вивчатися на прикладі креативного сектору Індії як репрезентативної національної креативної економіки.

Методологія дослідження передбачає використання таких основних методів:

1. Аналіз літературних джерел та статистичних даних:

- Вивчення наукових праць, звітів міжнародних організацій, урядових документів, аналітичних оглядів для формування теоретичного базису дослідження креативної економіки.

- Аналіз статистичної інформації з відкритих баз даних, звітів креативних індустрій, галузевих асоціацій Індії для оцінки масштабів, структури та тенденцій розвитку креативного сектору.

2. Кейс-стаді (case study):

- Детальний розгляд окремих успішних прикладів, історій успіху представників різних креативних індустрій Індії (ІТ-компанії, кіностудії, музичні виробники, ремісники тощо).

- Аналіз факторів успіху, бізнес-стратегій, інноваційних підходів, конкурентних переваг, що сприяли досягненню лідерських позицій на ринку.

3. SWOT-аналіз:

- Визначення сильних (Strengths) та слабких (Weaknesses) сторін, можливостей (Opportunities) та загроз (Threats) для розвитку креативних індустрій Індії.

4. Порівняльний аналіз:

- Зіставлення показників розвитку окремих креативних галузей в Індії для виявлення найбільш перспективних та проблемних секторів.

- Порівняння індійських креативних індустрій з іншими країнами для визначення конкурентних позицій та можливостей партнерства.

5. Методи прогнозування:

- Використання трендового аналізу, експертних оцінок, сценарного підходу для розробки прогнозів щодо перспектив розвитку креативної економіки Індії.
- Оцінка потенційних обсягів виробництва, зайнятості, експорту в майбутньому.

Поєднання зазначених методів дозволить комплексно та всебічно дослідити обрану тему, отримати як теоретичні, так і емпіричні дані, а також сформулювати ґрунтовні висновки та практичні рекомендації.

РОЗДІЛ 1

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

1.1. Суть, значення та особливості формування креативної індустрії в країнах, що розвиваються

Креативні індустрії - це сектори економіки, які базуються на індивідуальній креативності, навичках та талантах, мають потенціал для створення доданої вартості та робочих місць шляхом генерування та комерціалізації інтелектуальної власності. Вони охоплюють широкий спектр видів діяльності, таких як мистецтво, ремесла, дизайн, мода, кіно, відеоігри, музика, видавнича справа, телебачення, реклама тощо.

Економічне зростання та диверсифікація. Розвиток креативного сектору сприяє появі нових джерел доходів, експортних можливостей, залученню інвестицій, стимулюючи таким чином економічне зростання та диверсифікацію економіки.

Створення робочих місць. Креативні індустрії характеризуються високою часткою зайнятості, особливо серед молоді, забезпечуючи гідні робочі місця та самозайнятість.

Культурна ідентичність та збереження спадщини. Креативні індустрії сприяють популяризації національної культури, традицій, ремесел, мистецтва, підтримуючи культурну різноманітність.

Інновації та конкурентоспроможність. Креативний сектор стимулює інноваційну діяльність, розвиток нових ідей, продуктів та послуг, підвищуючи конкурентоспроможність країни.

Багатий культурний спадок та традиції, які можуть стати основою для розвитку креативних секторів, наприклад, народні промисли, ремесла, мистецтво.

Наявність значного людського потенціалу, зокрема великої кількості творчої молоді.

Таким чином, креативні індустрії відіграють важливу роль для економічного, культурного та інноваційного розвитку країн, що розвиваються. Проте їх становлення потребує подолання певних бар'єрів та створення сприятливих умов.

Креативна економіка - це концепція, в рамках якої цикл створення доданої вартості залежить від генерування та комерціалізації знань. Це новий економічний підхід, що спирається на людські творчі здібності замість традиційних факторів виробництва.

Офіційне визначення креативної економіки було запропоновано ЮНКТАД (Конференцією ООН з торгівлі та розвитку) у 2008 році:

"Креативна економіка - це концепція, що поєднує творчість та ідеї із інтелектуальною власністю, технологіями та туристичними об'єктами для створення багатства та робочих місць за допомогою формування переважно нематеріальних товарів з потенційним зростанням доданої вартості та перспективами набуття права інтелектуальної власності."

Креативні індустрії є ядром креативної економіки. Вони визначаються як цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність і інтелектуальний капітал як первинні інгредієнти.

До основних креативних індустрій належать:

- Аудіовізуальні мистецтва (кіно, ТБ, відео, радіо);
- Сценічні мистецтва та видовищні заходи;
- Музика;
- Видавнича справа та книжкові мистецтва;
- Візуальні мистецтва та ремесла;
- Дизайн (мода, графічний, інтер'єрний, ландшафтний тощо);

- Реклама та маркетингові послуги;
- Архітектура;
- Цифрові продукти (ігри, нові медіа тощо).

Отже, креативна економіка базується на творчих здібностях людини, які капіталізуються через інтелектуальну власність та генерують нові ідеї, продукти, послуги у межах креативних індустрій, створюючи економічну цінність та робочі місця.

Розглянемо роль креативної економіки у розвитку країн:

1. Економічне зростання та створення доданої вартості:

- Креативні індустрії генерують значні економічні надходження, сприяючи зростанню ВВП країни;
- Вони забезпечують високу додану вартість за рахунок використання інтелектуальної власності та креативності;
- Креативна економіка стимулює інвестиції, зростання експорту креативних товарів та послуг.

2. Створення робочих місць:

- Креативні галузі характеризуються високою зайнятістю, особливо для молоді та фрілансерів;
- Вони генерують як прямі, так і непрямі робочі місця в суміжних секторах;
- Зростає роль креативного класу - працівників, що використовують творчі здібності;

3. Стимулювання інновацій:

- Креативність є ключовим джерелом інновацій у технологіях, бізнес-моделях, продуктах;
- Креативні індустрії сприяють НДДКР, появі нових ідей та рішень;
- Креативна економіка підвищує загальну інноваційну спроможність країни.

4. Культурна диверсифікація та збереження спадщини:

- Багато креативних галузей безпосередньо пов'язані з культурою та мистецтвом;

- Вони сприяють популяризації національної культурної спадщини;
- Підтримують культурне різноманіття та самобутність націй.

5. Покращення міського середовища та якості життя:

- Креативні індустрії здатні оживити занедбані міські райони;
- Формують креативні кластери та осередки культурного життя;
- Підвищують привабливість міст, покращують інфраструктуру дозволя.

6. Посилення «м'якої сили» та іміджу країни

- Успіхи у креативних галузях формують позитивний імідж держави;
- Поширюють її культурні цінності та посилюють вплив;
- Підвищують туристичну привабливість, експортний потенціал.

Тобто, креативна економіка виступає потужним драйвером, допоміжним запуском різнопланового розвитку країн - економічного, інноваційного, культурного, соціального, сприяючи створенню доданої вартості, зміцненню глобальної конкурентоспроможності та покращенню якості життя.

Хотіла б в цьому підрозділі розглянути специфіку становлення креативного сектору в країнах, що розвиваються:

- Багата культурна спадщина є однією з основних рушійних сил розвитку креативних індустрій у цих країнах.

- Традиційні ремесла, мистецтво, музика, література та інші форми творчості є частиною ідентичності та можуть стати джерелом натхнення для креативного бізнесу.

- Водночас важливо знайти баланс між збереженням традицій та інноваціями для модернізації цих галузей;

- Дефіцит інфраструктури - можна пояснити як недостатність та недосконалість технічних та соціально-економічних систем, які підтримують розвиток креативних індустрій. Наприклад, обмежена дорожня мережа,

недостатність енергопостачання та водопостачання, відсутність сучасної інформаційної технологічної інфраструктури - все це може гальмувати розвиток та конкурентоспроможність креативного сектору наприклад, в Індії. Дефіцит інфраструктури ускладнює доступ до ринків, збільшує логістичні витрати, обмежує технологічні можливості та гальмує інновації. Для розвитку креативної економіки важливо розвивати інфраструктуру як ключовий фактор, що сприяє зростанню та розвитку креативних індустрій;

- Брак необхідної інфраструктури, такої як відповідні навчальні заклади, творчі кластери, виробничі потужності тощо, може гальмувати розвиток креативних індустрій;

- Труднощі з отриманням фінансування, особливо для початківців, через низький рівень обізнаності про потенціал креативного сектору та високі ризики;

- Потреба в державній підтримці, інвестиціях та стимулах для заохочення підприємництва в креативних галузях.

Інтелектуальна власність та піратство:

- Слабке законодавство та невиконання норм щодо захисту прав інтелектуальної власності можуть стримувати розвиток креативних індустрій;

- Поширене піратство знижує стимули для творчості та інвестицій у ці галузі;

- Необхідність посилення правової бази та механізмів захисту авторських прав;

Нестача кваліфікованих кадрів:

- Брак відповідної освіти та професійної підготовки для роботи в креативних індустріях;

- Потреба в інвестиціях в освіту, навчальні програми та розвиток творчих навичок;

- Важливість залучення та утримання талантів у цій сфері.

Обмежений доступ до ринків

- Труднощі з виходом на національні та міжнародні ринки через нерозвинену систему маркетингу та дистрибуції;
- Необхідність створення платформ для просування креативних продуктів та послуг.

Ці специфічні виклики вимагають комплексного підходу на рівні держави, приватного сектору та громадянського суспільства для належного розвитку креативного сектору в країнах, що розвиваються. Необхідні стратегії, інвестиції, реформи та партнерства для подолання цих перешкод.

Отже, креативна економіка та індустрії відіграють дедалі важливішу роль для країн, що розвиваються. Вони сприяють диверсифікації економіки, створенню доданої вартості, робочих місць та експортних надходжень. Проте становлення креативного сектору в таких країнах має свою специфіку.

Наприклад, Мексика та Перу значною мірою спираються на традиційні ремесла та культурну спадщину для розвитку креативних індустрій. Індія використовує свій багатий культурний потенціал у сферах кіно, музики, дизайну. Водночас ці країни стикаються з браком інвестицій, інфраструктури, проблемами інтелектуальної власності.

Кенія та Південна Африка активно розвивають креативний сектор, проте мають складнощі з нестачею кваліфікованих кадрів та домінуванням неформальної зайнятості. Для Індонезії та В'єтнаму, важливо інтегрувати свої різноманітні культурні традиції в креативну економіку.

Загалом, країнам, що розвиваються, необхідно вживати комплексних заходів: інвестувати в інфраструктуру та людський капітал, захищати інтелектуальну власність, підтримувати культурне різноманіття. Це допоможе розкрити їхній креативний потенціал та забезпечити сталий розвиток.

1.2. Методика оцінювання масштабів креативної індустрії

Підходи до вимірювання креативної економіки.

Існують різні підходи до вимірювання креативної економіки. Опишемо особливості цих підходів, а також відповідні індикатори та їхні переваги в таблиці 1.1 нижче.

Модель креативних індустрій/секторів фокусується на внеску безпосередньо креативних галузей у економічні показники, такі як ВВП, зайнятість та експорт. Крім того, вона враховує кількість підприємств та додану вартість цих галузей.

Модель креативного трудового ресурсу, у свою чергу, зосереджується на частці креативних працівників у загальній робочій силі, рівні їхньої освіти та заробітній платі.

Модель креативних продуктів оцінює креативну економіку через експорт/імпорт креативних товарів і послуг, кількість таких товарів на ринку та роялті і ліцензійні платежі.

Патентна статистика використовується для вимірювання технологічних інновацій через кількість патентних заявок, отриманих патентів та цитувань патентів.

Окрім цих підходів, також застосовуються композитні індекси, що поєднують кілька показників, та новітні підходи із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій.

Для вимірювання креативної економіки використовуються різні підходи та показники. Розглянемо детально в таб.1.1 [1, с 8-10], що наведена нижче.

Таб. 1.1 Підходи та показники вимірювання креативної економіки [1, с 8-10]

Підхід	Показники	Переваги
Модель креативних індустрій/секторів	- Внесок креативних галузей у ВВП, зайнятість, експорт - Кількість підприємств у креативних галузях - Додана вартість креативних галузей	- Чітке визначення креативних галузей - Можливість порівняння між країнами - Доступність статистичних даних - Складність ідентифікації креативних галузей - Не враховує внесок креативності в інших галузях - Не охоплює неформальний креативний сектор
Модель креативного трудового ресурсу	- Частка креативних працівників у робочій силі - Рівень освіти креативних працівників - Заробітна плата креативних працівників	- Складність визначення креативних професій - Не враховує креативність за межами визначених професій
Модель креативних продуктів	- Експорт/імпорт креативних товарів і послуг - Кількість креативних товарів на ринку - Роялті та ліцензійні платежі	- Не враховує креативні продукти, що не потрапляють на ринок - Складність ідентифікації креативних послуг
Патентна статистика	- Патентна статистика- Кількість патентних заявок - Кількість отриманих патентів - Цитування патентів- Легкість збору даних - Можливість оцінки технологічних інновацій- Не охоплює всі аспекти креативності - Патенти не завжди є показником комерційного успіху	- Не охоплює всі аспекти креативності - Патенти не завжди є показником комерційного успіху
Композитні індекси	- Складність підбору та зважування показників - Суб'єктивність у виборі показників	- Складність підбору та зважування показників - Суб'єктивність у виборі показників

Продовження таб. 1.1.

Підходи із застосуванням ІКТ	- Відстеження поширення креативних ідей - Використання новітніх технологій	- Труднощі у збиранні та аналізі великих даних - Не охоплює всі аспекти креативності
------------------------------	---	---

Показники та індикатори оцінки креативних індустрій. Економічні показники:

- Валова додана вартість креативних індустрій;
- Частка креативних індустрій у ВВП;
- Зайнятість у креативних індустріях;
- Кількість підприємств у креативному секторі;
- Обсяг експорту/імпорту креативних товарів та послуг;
- Обсяг інвестицій у креативні індустрії. Показники інновацій:
- Кількість патентів у креативних галузях;
- Витрати на дослідження та розробки в креативному секторі;
- Частка інноваційної продукції в обсязі креативних товарів/послуг.

Показники людського капіталу:

- Частка креативних професій у загальній зайнятості;
- Рівень освіти працівників креативних індустрій;
- Кількість студентів, які навчаються за творчими спеціальностями;

Інфраструктурні показники:

- Кількість творчих кластерів, хабів, інкубаторів;
- Доступність фінансування для креативних підприємств;
- Розвиненість інфраструктури для виробництва та дистрибуції

креативної продукції.

Показники культурного різноманіття:

- Кількість культурних заходів, фестивалів, виставок;
- Обсяг виробництва культурної продукції (книги, фільми, музика тощо);
- Різноманітність культурних та креативних форм вираження.

Індикатори цифровізації:

- Рівень використання цифрових технологій у креативних індустріях;
- Обсяг цифрового креативного контенту та продуктів;
- Активність у соціальних мережах та онлайн-платформах. Композитні індекси:
- Індекс глобальної креативності;
- Євроіндекс креативності;
- Індекс креативного капіталу.

Ці показники та індикатори дозволяють оцінити різні аспекти креативних індустрій, такі як економічний внесок, інноваційність, людський капітал, інфраструктуру, культурне різноманіття та цифровізацію. Для комплексної оцінки часто використовують комбінацію різних індикаторів або композитні індекси.

Методи аналізу масштабів креативного сектору.

Хотіла б розглянути методи аналізу масштабів креативного сектору з прикладами їх застосування як раз в країнах, що розвиваються:

Статистичний аналіз:

- У Мексиці Національний інститут статистики та географії (INEGI) збирає дані про внесок креативних галузей у ВВП та зайнятість, зокрема видавничої справи, аудіовізуального виробництва, дизайну та ремесел;
- У Південно-Африканській Республіці статистична служба провела дослідження "Культурні індустрії" (2022), де проаналізовано додану вартість та зайнятість у сферах мистецтва, музики, дизайну тощо.

Картографування креативних індустрій:

- У Бразилії створено інтерактивні карти креативних кластерів та хабів у містах Ріо-де-Жанейро та Сан-Паулу для відстеження концентрації креативних підприємств та ініціатив;
- У Найробі (Кенія) ідентифіковано креативні центри на основі розміщення дизайн-студій, галерей, ремісничих майстерень.

Аналіз ланцюгів створення вартості:

- У Перу проведено дослідження ланцюга створення вартості в ремісничій індустрії, що виявило ключових гравців, їхні ролі та виклики на різних етапах виробництва та реалізації;

- У Таїланді вивчали ланцюг створення вартості в кіноіндустрії, включаючи продюсерів, дистриб'юторів, кінотеатри та платформи онлайн-перегляду.

Аналіз людського капіталу:

- У Туреччині проаналізовано структуру та чисельність креативної робочої сили, зокрема дизайнерів, архітекторів, ІТ-фахівців, працівників медіаіндустрії;

- В Індії досліджували освітній рівень та навички працівників креативних індустрій, виявляючи розрив між потребами ринку та наявними компетенціями.

Опитування та експертні оцінки:

- В Індонезії опитування керівників креативних фірм, особливо у сфері ремесел, допомогло оцінити масштаби неформального креативного сектору;

- В Єгипті експерти галузі давали оцінки обсягів виробництва хендмейд-продукції та креативних товарів в умовах обмежених статистичних даних.

Аналіз культурного різноманіття:

- У Кенії відстежувалася різноманітність культурних форм вираження, таких як музика, література, народні промисли, з метою оцінки креативного потенціалу;

- У В'єтнамі аналізували культурну продукцію, пов'язану з традиційними ремеслами та мистецтвом, як важливу складову креативних індустрій.

Бенчмаркінг та порівняльний аналіз:

- Звіти ЮНКТАД про креативну економіку дозволяють порівнювати країни, що розвиваються, за показниками експорту креативних товарів та послуг, виявляючи лідерів та відстаючих;

– Азійський банк розвитку проводить дослідження креативних індустрій в азійських країнах для виявлення кращих практик та можливостей для співпраці.

Ці приклади ілюструють, як різні методи застосовуються для оцінки масштабів креативного сектору в країнах, що розвиваються, з урахуванням специфічних викликів, таких як обмежена статистика, неформальний сектор та важливість традиційних культурних форм вираження.

Обмеження та проблеми вимірювання

Під час вимірювання та аналізу креативних індустрій існує низка обмежень та проблем. По-перше, відсутність єдиного чіткого визначення креативних індустрій ускладнює їх ідентифікацію та відокремлення від інших видів економічної діяльності. Наприклад, чи вважати ремісничу продукцію креативною індустрією, чи лише сучасний дизайн та мистецтво? Різні країни та організації використовують різні критерії, що створює непорівнянність даних.

По-друге, спостерігається брак регулярного збору деталізованих статистичних даних спеціально для креативних індустрій у багатьох країнах, наприклад, в Україні немає окремої статистики для ІТ-індустрії чи реклами. Наявні ж дані часто мають низьку якість через неповне охоплення, застарілі методики збору. Крім того, в деяких традиційних галузях, як машинобудування, неможливо виокремити креативну складову дизайну.

По-третє, креативні види діяльності нерідко розподілені між різними секторами економіки, що ускладнює облік їхнього внеску. Так, дизайн може бути частиною виробничого сектору, рекламної галузі чи окремою індустрією.

Четверте обмеження пов'язане із значною часткою креативної діяльності в неформальному секторі економіки, зокрема, ремісничих промислів, який офіційна статистика не охоплює. Наприклад, у країнах, що розвиваються, великий неформальний сектор ремесел залишається неврахованим.

П'ята проблема стосується методологічних складнощів грошової оцінки нематеріальних активів креативної економіки - ідей, талантів, інтелектуальної власності. Наприклад, як оцінити вартість дизайну нового гаджету?

Шосте обмеження випливає із стрімкого розвитку цифрових технологій, що змінюють моделі створення (наприклад, NFT-арт), поширення (стримінгові сервіси) і споживання креативного контенту, унаслідок чого застосування традиційних статистичних підходів ускладнюється.

Нарешті, відсутність загальноприйнятих методик оцінювання обсягів креативної економіки, наприклад, в ЄС і США різняться підходи, не дозволяє робити коректні міжнародні порівняння.

Розділ 2

ТРЕНДИ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ ІНДІЇ

2.1. Особливості креативної індустрії Індії

Індія має потужну та різноманітну креативну індустрію, яка відіграє важливу роль у її економіці. В ІТ-секторі Індія є одним із світових лідерів в ІТ- послугах та аутсорсингу програмного забезпечення, її частка у світовому ринку ІТ- послуг становить близько 67%. Крім аутсорсингу, Індія розвиває власні ІТ- продукти та рішення, експорт яких до 2025 року може сягнути \$350 млрд.

Кінематограф країни має давні традиції, культурне значення та експортується до багатьох країн світу. Музична індустрія Індії, оцінювана приблизно в \$1,7 млрд, також славиться своєю багатою спадщиною та динамічно розвивається у різних жанрах, співаки та композитори країни відомі і за кордоном.

Сектор ремесел та народних промислів становить близько 7% від загального експорту Індії. У ньому працюють понад 7 млн ремісників, а їхня продукція - від ткацтва та гончарства до ювелірних виробів - користується попитом як всередині країни, так і на світових ринках. Індія також стає помітним гравцем у галузі дизайну, особливо моди, ювелірних виробів та інтер'єрів, де вартість індустрії сягає \$35 млрд. Індійські дизайнери успішно поєднують традиційні мотиви з сучасними тенденціями, представляючи свої колекції на провідних світових подіумах і задовольняючи зростаючий попит на дизайнерські вироби як в Індії, так і за кордоном.

Таб.2.1 Показники розвитку креативних індустрій в Індії [2, с. 85]

Показник	Індія	Для порівняння
Внесок креативних індустрій у ВВП (2021)	6,1% (\$118 млрд)	Китай - 4,5%, Великобританія - 6,6%
Зайнятість у креативних галузях (2022)	6% від робочої сили (12 млн людей)	Великобританія - 5%, США - 3%
Зростання експорту креативної продукції (2015-2022)	7% щорічно (з \$25 млрд до \$39 млрд)	Глобальний ріст - 4-5% щорічно
Обсяг залучених інвестицій у креативні стартапи (останні 5 років)	\$1,2 млрд	Нігерія - \$350 млн

Таблиця 2.1 демонструє, що Індія має відносно високу частку креативних індустрій у ВВП, значну зайнятість у цих галузях, швидке зростання експорту креативної продукції та привабливе середовище для інвестицій у креативні стартапи порівняно з деякими іншими країнами.

Загалом креативна індустрія Індії вирізняється своєю різноманітністю, укоріненістю в культурних традиціях та поступовою інтеграцією в глобальні креативні ринки. Для її подальшого розвитку важливими є інвестиції в людський капітал, інфраструктуру та захист інтелектуальної власності.

Зростання креативних міст і кластерів. У багатьох країнах, що розвиваються, спостерігається концентрація креативних індустрій у великих містах та формування креативних кластерів для стимулювання інновацій та розвитку талантів.

Наприклад, місто Джайпур є центром ремісничої промисловості Індії, де розташовані численні майстерні з виробництва різноманітних ремесел та прикрас.

Державна підтримка та політика. Все більше урядів країн, що розвиваються, визнають потенціал креативних індустрій та запроваджують стратегії, програми підтримки та сприятливі регуляторні рамки для їх зростання.

Уряд Індії запровадив низку ініціатив, таких як "Дизайн Клінік" та "Вінер-Дизайн", для підтримки індійських ремесел та промислового дизайну.

Створено спеціальний фонд у розмірі \$60 млн для підтримки розвитку індійського анімаційного та ігрового секторів.

Використання цифрових та нових технологій. Творчі підприємства все активніше використовують цифрові інструменти, платформи, віртуальну та доповнену реальність для створення, розповсюдження та монетизації контенту.

Індійські IT-компанії, такі як Tata Elxsi, активно використовують цифрові технології у сферах анімації, візуальних ефектів та ігрової індустрії.

Платформа Digitizing Indian Crafts перетворює традиційні індійські ремесла на цифрові активи для їх збереження та популяризації.

Культурна спадщина та локальна ідентичність. В креативних продуктах і послугах все більше відображаються місцева культура, традиції та ремесла, що дозволяє зберегти культурну самобутність.

Співпраця, партнерства та міжнародна інтеграція. Розвиваються різноманітні форми співробітництва та партнерств між креативними гравцями в межах країн та на міжнародному рівні.

Таб 2.2 Розвиток креативних індустрій в Індії

Тенденція	Деталі
Зростання кіноіндустрії "Боллівуд"	У 2022 році виручка досягла рекордних \$3,1 млрд, значною мірою завдяки цифровим платформам
Розвиток креативних стартапів	У 2023 році в Індії налічувалось понад 14 000 технологічних стартапів у сферах мультимедіа, анімації, гейм-дизайну тощо
Державна підтримка креативних індустрій	Ініціатива "Пратібга" з 2022 року спрямована на підтримку креативних індустрій та зростання експорту креативної продукції
Зростання експорту народних ремесел	У 2023 році експорт індійських народних ремесел та виробів ручної роботи зріс на 15% порівняно з 2022 роком
Міжнародне співробітництво	У 2022 році Індія уклала угоду з Великобританією про партнерство в сферах кіно, телебачення та відеоігор
Цифровізація креативних індустрій	Прискорення цифрових трансформацій у різних креативних галузях, зокрема кіно, музиці, мультимедіа

Джерело: складено самостійно на основі даних з річного звіту про стан креативних індустрій у світі[3].

У сучасному глобалізованому світі креативні індустрії відіграють дедалі більшу роль в економіці багатьох країн. Ці галузі, що охоплюють широкий спектр творчої діяльності, від мистецтва та дизайну до медіа та програмного забезпечення, генерують значну додану вартість і створюють робочі місця. Для країн, що розвиваються, креативні індустрії стають важливим джерелом експортних надходжень та економічного зростання.

Одним з прикладів країни, що активно розвиває свій креативний сектор, є Індія. Ця південно-азійська держава має багату культурну спадщину та талановитих творчих професіоналів у різних галузях. Завдяки зусиллям уряду та приватного сектору, Індія нарощує експорт креативних товарів та послуг на світові ринки.

Таблиця, наведена нижче, ілюструє показники експорту товарів креативних індустрій Індії за різними галузями.

Таб 2.3 Динаміка експорту креативних індустрій в доларах США (2019-2022)[4; 5, с. 423]

Креативна індустрія	Експорт (млн. дол. США)			
	2019	2020	2021	2022
Аудіовізуальні товари	210	185	225	245
Дизайн	95	80	100	110
Нові медіа	65	70	75	80
Виконавські мистецтва	20	15	22	25
Видавнича справа	480	450	500	520
Візуальні мистецтва	280	250	300	320

Загалом, після спаду у 2020 році через пандемію COVID-19, експорт креативних індустрій Індії демонструє позитивну динаміку відновлення та зростання в останні два роки в більшості галузей.

Розглянувши показники експорту креативних індустрій Індії, важливо також проаналізувати імпорту товарів цього сектора. Імпорт креативної продукції

відіграє важливу роль у задоволенні внутрішнього попиту, сприянні культурному обміну та стимулюванні конкуренції на національному ринку.

Індія, як швидко зростаюча економіка з великою середнім класом і зростаючими доходами населення, є привабливим ринком для імпортерів креативних товарів та послуг.

Таблиця нижче ілюструє динаміку імпорту товарів креативних індустрій Індії за останні кілька років:

Таб 2.4 Динаміка імпорту креативних індустрій в доларах США (2019-2022)[4; 5, с. 428]

Креативна індустрія	Імпорт (млн. дол. США)			
	2019	2020	2021	2022
Аудіовізуальні товари	155	125	145	170
Дизайн	65	55	70	80
Нові медіа	95	85	105	120
Виконавські мистецтва	10	5	8	12
Видавнича справа	220	180	210	240
Візуальні мистецтва	180	150	195	210

Як видно з таблиці 2.4, імпорт креативних товарів в Індії також зазнав спаду в 2020 році через пандемію COVID-19, але демонструє відновлення у 2021-2022 роках у більшості галузей.

Отже, імпорт відіграє важливу роль у забезпеченні попиту на креативні товари в Індії та підтримці розвитку вітчизняних креативних індустрій.

Безсумнівно, креативні індустрії стають все більш важливим двигуном економічного прогресу та інновацій у глобальному масштабі. Втім, їхній подальший розвиток потребує подолання низки викликів і бар'єрів.

По-перше, захист інтелектуальної власності та боротьба з піратством і підробками креативної продукції залишаються нагальними питаннями, особливо в деяких країнах, що розвиваються. По-друге, доступ до фінансування часто є перешкодою для малих креативних підприємств та стартапів через високі ризики

та нестачу колатералу. По-третє, брак кваліфікованих кадрів із необхідними креативними навичками може стримувати зростання цих галузей.

1. ІТ-технології та експорт програмного забезпечення:

Доходи від експорту програмного забезпечення: 150 млрд доларів на рік.

Внесок ІТ-індустрії в економіку Індії (як відсоток ВВП): 7%.

2. Мода та експорт текстилю:

Обсяг експорту текстилю: 40 млрд доларів на рік. Внесок модної індустрії в економіку Індії: 2.5% ВВП.

3. Заробітні плати та зайнятість:

Середня заробітна плата в креативних галузях: 20,000 доларів на рік. Рівень безробіття в креативних галузях: 5%.

Вигода Індії від цих креативних індустрій може бути значною. Вони забезпечують робочі місця, залучають інвестиції, сприяють експорту та підтримують економічний розвиток країни. Наприклад, щодо "Боллівуду", прибуток від фільмів не лише збільшує ВВП, але й створює робочі місця для акторів, режисерів, технічного персоналу та іншого персоналу в цій галузі.

Таб.2.5 Сильні та слабкі сторони внутрішніх аспектів, можливості та загрози (SWOT-аналіз)

Аспекти	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Внутрішні	Багатство культурної спадщини	Інфраструктурні обмеження	Збільшення експорту культурних товарів	Конкуренція з-за кордону
	Талановита робоча сила	Недостатнє фінансування та підтримка	Розвиток туризму	Технологічні зміни
	Широкий внутрішній та міжнародний ринок	Відсутність інтелектуальної власності	Збільшення інвестицій у креативні галузи	Пандемія та кризові ситуації

Таб. 2.6 Сильні та слабкі сторони зовнішніх аспектів, можливості та загрози (SWOT-аналіз)

Аспекти	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Зовнішні	Широкий міжнародний попит на індійські культурні продукти	Залежність від змін у світовій економіці	Збільшення міжнародного визнання індійських мистецтв та культури	Політичні та економічні кризи в інших країнах, які можуть вплинути на експорт індійських культурних продуктів
	Висока популярність індійської культури та мистецтва у світі	Обмежені можливості доступу до новітніх технологій з-за кордону	Зростання зовнішнього попиту на індійську моду та текстильні товари	Конкуренція з іншими країнами в культурній сфері
	Індійська діаспора, яка підтримує індійську культуру та мистецтво у світі	Відсутність чітких правил та законодавства щодо захисту інтелектуальної власності на міжнародному рівні	Збільшення іноземних інвестицій у індійські креативні проекти	Геополітичні конфлікти та війни, які можуть вплинути на міжнародні культурні зв'язки

Джерело: Складено особисто аналіз на основі дослідження, присвяченого огляду стану та перспектив розвитку креативних індустрій в Індії, підготовлене урядовим відомством, аналітичним центром [6].

Отже, розвиток креативної індустрії Індії має великий потенціал, але вимагає уваги до розв'язання внутрішніх проблем та управління зовнішніми загрозами для досягнення стабільного й успішного розвитку.

2.2. Механізми і інструменти регулювання

Державна політика та нормативно-правова база

Регулювання креативної економіки в країнах, що розвиваються, зокрема в Індії, відбувається за допомогою різних механізмів та інструментів. Розглянемо їх більш детально:

Державна політика та нормативно-правова база.

Національна політика щодо креативних індустрій: багато країн розробляють спеціальні національні стратегії та плани дій для розвитку креативних індустрій, визначаючи їх як пріоритетні сектори економіки. Наприклад, в Індії діє "Національна політика щодо навичок та креативної економіки", яка спрямована на стимулювання зростання креативних галузей.

Законодавство та нормативні акти: держави вводять спеціальні закони та правила, що регулюють діяльність креативних індустрій, такі як захист інтелектуальної власності, ліцензування, сертифікація тощо. В Індії є закони про авторське право, товарні знаки, патенти, що захищають права творців у креативних галузях.

Ефективна державна політика та законодавча база відіграють ключову роль у створенні сприятливого середовища для розвитку креативної економіки, захисту прав інтелектуальної власності та підтримки креативних підприємств.

Таб.2.7 - Порівняння політики підтримки креативних індустрій у вибраних країнах [4]

Аспект	Індія	Китай	Бразилія	Нігерія
Національна стратегія	Національна політика щодо навичок та креативної економіки (2022)	План дій для розвитку креативних індустрій (2018)	Політика розвитку креативної економіки (2011)	Відсутня окрема національна стратегія
Законодавство про ІВ	Закони про авторське право,	Закони про авторське право,	Закони про авторське право,	Закони про авторське право, товарні знаки

Продовження таб. 2.7.

	товарні знаки, патенти	товарні знаки, патенти	товарні знаки, патенти	
Податкові пільги	Пільги для деяких галузей (кіновиробниц тво)	Податкові пільги для креативних підприємств у спеціальних зонах	Податкові стимули для культурних та креативних галузей	Відсутні спеціальні податкові пільги
Підтримка експорту	Торговельна палата креативних товарів	Експортна стратегія креативних індустрій	Програми просування експорту креативних товарів	Обмежена підтримка
Фінансування та інвестиції	Державні фонди для креативн их стартапів	Державні фонди та венчурний капітал	Державні кредитні лінії та венчурні фонди	Обмежене державне фінансування

Як бачимо, Індія, Китай і Бразилія мають окремі національні стратегії або політики, спрямовані на розвиток креативних індустрій, тоді як у Нігерії такої загальної стратегії поки немає.

Усі ці країни мають законодавство щодо захисту інтелектуальної власності, яке є важливим для креативних галузей. Однак вони відрізняються за рівнем податкових пільг та стимулів для креативних підприємств.

Індія, Китай і Бразилія впровадили різні програми та інструменти сприяння експорту креативної продукції, тоді як у Нігерії ця підтримка є обмеженою.

Крім того, Індія, Китай і Бразилія створили спеціальні державні фонди та механізми залучення інвестицій для підтримки креативних стартапів і підприємств, тоді як у Нігерії такі можливості є більш обмеженими.

Це порівняння демонструє, що країни, що розвиваються, усвідомлюють важливість креативних індустрій і вживають різноманітні заходи політики для їх підтримки. Індія є одним із лідерів у цій сфері, маючи комплексну стратегію та низку

інструментів регулювання.

Податкові пільги та стимули.

Уряди країн пропонують податкові канікули, знижені ставки податків або податкові кредити для креативних підприємств. Наприклад, у Великобританії діє "Схема податкового рельєфу", яка дозволяє креативним компаніям відраховувати витрати на дослідження та розробки від оподаткованого доходу.

Інфраструктурна підтримка.

Створення креативних кластерів, технопарків, інкубаторів та акселераторів для креативних стартапів та підприємств. Наприклад, у Південній Кореї працює мережа "Креативних хабів", які надають простір, обладнання та консультації креативним підприємствам. У Малайзії було створено спеціальні "Економічні коридори" з необхідною інфраструктурою для розвитку креативних галузей.

Фінансування та інвестиції.

Держава може створювати спеціальні фонди для інвестування у креативні стартапи та проекти, а також залучати приватний капітал. В Індії працює "Фонд стартапів" (FSF-C), який фінансує креативні стартапи на ранніх стадіях.

Експортна підтримка.

Програми просування та підтримки експорту креативних товарів і послуг на міжнародні ринки. В Індії є "Торговельна палата креативних товарів", яка сприяє експорту креативної продукції [15].

Таб. 2.8 - Порівняльна таблиця різних програм підтримки креативних індустрій в окремих країнах, що розвиваються [12, с. 445]

Програма	Індія	Бразилія	ПАР	Малайзія
Фінансування /Інвестиції	Фонд стартапів (FSF-C), Венчурні фонди для стартапів (SFFS)	Кредитні лінії Bancoob для креативних МСП	Фонд сприяння культурним індустріям (\$3,5 млн)	Фонд ризикового капіталу для креативних індустрій (\$43 млн)
Податко ві пільги	Податкові пільги для кіновиробниц тва	Пільгові ставки ПДВ та податку на прибуток	Немає спеціальни х податкових пільг	Податкові канікули для креативних компаній до 10 років

Продовження таб. 2.8.

Гранти/субсидії	Гранти на розвиток скіл-хабів у креативних галузях	Гранти "Валоризація креативних шляхів"	Гранти Національного фонду мистецтв	Програма грантів для креативних підприємств
Інфраструктура	Інкубатори і акселератори Atal для стартапів	Креативні хаби та кластери в містах	Креативні райони, такі як Мабонен	Креативні хаби у великих містах
Експортна підтримка	Торговельна палата креативних товарів	Програма Арех- Brasil для експорту креативних товарів	Програма розвитку культурних індустрій	Немає спеціальної програми
Навчання та освіта	Навчальні програми в скіл-хабах	Професійне навчання в креативних кластерах	Курси креативних індустрій у коледжах	Програма креативної освіти

З таблиці 2.8, що наведено вище видно, що різні країни фокусуються на різних інструментах підтримки креативних індустрій. Порівняння допомагає виявити найбільш поширені інструменти підтримки, такі як фінансування, податкові пільги та інфраструктурна підтримка, а також унікальні ініціативи окремих країн.

Важливо відзначити, що обсяги фінансування та масштаби програм можуть значно відрізнятися між країнами в залежності від їх можливостей та пріоритетів. Наприклад, Малайзія виділила 43 млн. дол на фонд венчурного капіталу, тоді як ПАР має менший фонд у 3,5 млн. дол для сприяння культурним індустріям.

Роль освіти та науки у розвитку креативного потенціалу.

Освіта та наука відіграють ключову роль у розвитку креативного потенціалу країн, зокрема країн, що розвиваються. Ось декілька ключових аспектів:

Наукові дослідження та розробки.

Інвестиції в наукові дослідження в сфері креативних технологій, матеріалів, процесів (наприклад, технології віртуальної реальності, 3D-друк, нові матеріали для дизайну).

Співпраця між науковими установами та креативними індустріями для прикладних досліджень та впровадження інновацій.

Заохочення міждисциплінарних досліджень, які поєднують творчі та наукові підходи.

Міжнародне співробітництво.

Обмін досвідом, кращими практиками та програмами в галузі креативної освіти та досліджень між країнами.

Міжнародна мобільність студентів, викладачів та дослідників для обміну знаннями та навичками.

Участь у міжнародних проектах і мережах з розвитку креативних індустрій. Ефективна взаємодія між освітою, наукою та креативними індустріями сприяє розквіту творчого потенціалу, створенню інноваційних продуктів та послуг, а також формуванню креативного класу професіоналів, який є рушійною силою креативної економіки.

Таб 2.9 - Порівняльна таблиця, що ілюструє роль освіти та науки у розвитку креативного потенціалу в різних країнах, що розвиваються

Показник	Індія	Китай	Бразилія	Нігерія
Витрати на освіту (% ВВП)	3.1%	4.4%	6.2%	5.7%
Частка студентів креативних спеціальностей	17%	13%	8%	4%
Кількість закладів креативної освіти	593	865	127	32

Продовження таб. 2.9.

Витрати на НДДКР (% ВВП)	0.7%	2.2%	1.3%	0.2%
Кількість патентів на креативні технології	4,521	28,631	997	108
Програми підприємницького навчання	112	237	68	19

Джерело: порівняння складено особисто, на основі статистичних даних [6].

Це порівняння демонструє, що різні країни мають сильні та слабкі сторони в питанні розвитку креативного потенціалу через освіту та науку. Деякі країни фокусуються на креативній освіті, інші - на наукових дослідженнях та інноваціях, а треті - на підприємницькій підготовці в креативних галузях.

Загалом, Китай та Індія виділяються високими показниками у багатьох категоріях, що може пояснювати динамічний розвиток їхніх креативних індустрій. Водночас, Бразилія та Нігерія мають потенціал для вдосконалення в цій сфері шляхом збільшення інвестицій в освіту, НДДКР та підприємницьке навчання.

2.3. Перспективи розвитку україно-індійського співробітництва в креативній сфері

Напрямки взаємодії в креативних індустріях.

Взаємодії України та Індії в креативних індустріях з деякими цифрами та порівняннями:

Індустрія моди та дизайну:

Обмін досвідом між українськими та індійськими дизайнерами одягу, взуття та аксесуарів. Українська індустрія моди оцінюється в 3,5 млрд. дол в той час як індійська - у 70 млрд. дол.

Співпраця у сфері організації спільних модних показів, виставок та фестивалів моди. Наприклад, щорічна Ukrainian Fashion Week відвідується близько 20 000 осіб.

Розвиток спільних проектів у галузі текстильної промисловості та ремесел. Індія є одним зі світових лідерів з експорту текстилю, її частка у 2022 році становила 5,8%.

Музична індустрія:

Організація гастролей українських та індійських музикантів, гуртів та виконавців. Український гурт "Океан Ельзи" зібрав на своєму концерті в Індії близько 10 000 глядачів.

Кіноіндустрія та телебачення:

Спільне виробництво художніх, документальних та анімаційних фільмів. Індійська кіноіндустрія (Боллівуд) у 2022 році випустила понад 1800 фільмів.

Обмін досвідом у сфері кіновиробництва, телевізійних проектів та анімації. Українська анімаційна студія Animagrad працювала над такими блокбастерами, як "Мавка Лісова пісня".

Співпраця у галузі підготовки кадрів для кіноіндустрії. В Україні є близько 20 вищих навчальних закладів з підготовки фахівців для кіноіндустрії.

Видавнича справа та література:

Перекладання та публікація українських літературних творів в Індії та індійських творів в Україні. У 2022 році в Індії було опубліковано понад 105 000 назв книг.

Організація літературних фестивалів, ярмарків книг та зустрічей авторів. Найбільший книжковий ярмарок в Україні - Форум видавців у Львові, який у 2022 році відвідали понад 100 000 осіб. Співпраця у сфері ілюстрування книг та графічного дизайну. Індія має велику спільноту талановитих ілюстраторів та дизайнерів.

Потенційні галузі для співпраці:

На мою думку, Україна та Індія мають величезний невикористаний потенціал для взаємовигідної співпраці у сфері креативних індустрій. Наші країни багаті культурними традиціями, творчими здобутками та талановитими митцями в різних галузях. Поєднавши наші зусилля, ми можемо досягти неймовірних результатів та здобути взаємне збагачення.

Одним з найперспективніших напрямків вважаю кіновиробництво та телебачення. За даними Звіту PwC [10, с. 175-198], у 2022 році індійська кіноіндустрія оцінювалась у 2,6 млрд.дол, а до 2027 року очікується її зростання до 3,7 млрд.дол. Тож співпраця з такою потужною індустрією дозволить українським кінематографістам вийти на новий рівень. З іншого боку, досвід українських аніматорів, які працювали над всесвітньо відомими проектами як-от «Мавка Лісова пісня», безумовно збагатить індійське кіновиробництво.

Загалом, згідно з дослідженням АШАУ, креативна індустрія в Індії вже становить близько 62 млрд.дол. В Україні цей показник значно менший, проте має потужний потенціал зростання. Саме тому поглиблення україно-індійської співпраці у різноманітних креативних сферах матиме надзвичайно позитивний ефект. Це не лише дасть поштовх для розвитку культури та креативного бізнесу, а й сприятиме взаєморозумінню, дружнім зв'язкам між нашими народами. Безперечно, обмінюючись ідеями, досвідом та досягненнями, ми збагатимо один одного та здобудемо нові творчі горизонти.

Бар'єри та можливості для партнерства

Існують певні бар'єри для партнерства в креативній сфері між Україною та Індією. Культурні та мовні відмінності стають одним з основних бар'єрів для креативного бізнесу при виході на нові ринки, за даними ЮНКТАД, хоча програми культурного обміну сприяють зміцненню взаєморозуміння між країнами на 35% згідно з ЮНЕСКО. Географічна віддаленість країн - понад 5500 км між Києвом та Делі - збільшує логістичні витрати, які можуть сягати до 20% вартості творчого продукту, і скорочення витрат на логістику на 1% збільшує торгівлю між країнами

на 5% за дослідженнями Світового банку. Відмінності в законодавстві щодо захисту інтелектуальної власності, за Глобальним інноваційним індексом 2022 Індія посідає 40 місце, а Україна - 116, також можуть створити проблеми. Недостатня обізнаність про ринки обмежує експорт до Європи лише 8,4% індійських креативних товарів згідно з ООН.

Отже, попри окремі бар'єри, співпраця України та Індії в креативному секторі має величезний потенціал, підкріплений переконливими фактами та прогнозами експертів. Уміле використання можливостей зможе принести відчутні культурні та економічні вигоди обом країнам. Звісно, можна також додати деякі конкретні пропозиції щодо подолання бар'єрів та максимального використання можливостей для партнерства в креативних індустріях між Україною та Індією:

Розділ 3

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ

3.1. Диверсифікація виробництва креативних товарів

За останні кілька десятиліть Індія зробила величезний стрибок у розвитку свого креативного сектору. Колись асоційована переважно з багатою культурною спадщиною та традиційними ремеслами, ця країна нині посіла своє місце на світовій арені креативних індустрій.

Креативні індустрії охоплюють широкий спектр галузей, від традиційних ремесел та мистецтв до сучасних медіа та цифрових технологій. Відповідно, асортимент креативних товарів, що виробляються та споживаються у всьому світі, є надзвичайно різноманітним.

В Індії, країні з багатою культурною спадщиною та зростаючим креативним сектором, диверсифікація виробництва креативних товарів набуває все більшого значення. Поряд із збереженням та розвитком традиційних ремесел, з'являються нові креативні продукти, що поєднують місцеву ідентичність з інноваційними підходами та сучасними технологіями.

Креативні товари відіграють важливу роль в економіці Індії, генеруючи значну додану вартість, створюючи робочі місця та забезпечуючи експортні надходження. Різні категорії креативних товарів мають різний економічний вплив та потенціал.

Народні ремесла та вироби ручної роботи є трудомісткими і залучають мільйони ремісників по всій Індії.

Візуальні мистецтва та антикваріат є високовартісними елітними товарами з обмеженим, але платоспроможним ринком. Економічний вплив цієї галузі полягає в залученні заможних покупців та туристів.

Аудіовізуальні товари, безумовно, є однією з найбільш економічно значущих сфер креативних індустрій Індії. Експорт фільмів та музичних записів також є важливим джерелом валютних надходжень.

Видавнича продукція охоплює як масові комерційні товари, так і нішеві спеціалізовані видання. Економіка цієї галузі залежить від масштабів виробництва, стратегій ціноутворення та рівня попиту на різні категорії публікацій.

Цифрові креативні товари та послуги, особливо програмне забезпечення та ІТ-послуги, є одними з найбільш динамічних і прибуткових секторів креативної економіки Індії. Вони генерують значні експортні надходження та залучають інвестиції від глобальних технологічних гігантів.

З економічної точки зору, диверсифікація креативних товарів є важливою для забезпечення стійкого зростання, оскільки різні категорії мають різні цикли попиту, рівні конкуренції та специфічні економічні фактори. Уряд Індії розробляє стратегії та програми підтримки для різних креативних галузей, враховуючи їх економічні особливості та потенціал.

Таб 3.1 - Порівняння обсягів виробництва та експорту різних видів креативних товарів Індії [14, с. 124]

Категорія креативних товарів	Виробництво (в одиницях)			
	2021	2022	2023	2021
Народні ремесла та вироби	11,5 млрд.	12 млрд.	12,5 млрд.	480
Візуальні мистецтва та антикваріат	0	0	0	290
Аудіовізуальні товари	3800 фільмів	4000+ фільмів	4300 фільмів	210
Видавнича продукція	90,000 назв	92,000 назв	94,000 назв	110
Цифрові креативні товари	0	0	0	165 млрд.

Аналізуючи дані таблиці 3.1 наведеної вище, можна побачити такі тенденції:

- Виробництво народних ремесел та виробів ручної роботи зростає з року в рік, а експортні надходження від цієї категорії також демонструють стійке зростання.
- Візуальні мистецтва та антикваріат не мають показників обсягів виробництва, але експорт щороку збільшується на тлі зростаючого попиту.
- Індійська кіноіндустрія випускає все більше фільмів щороку, а експортні надходження від аудіовізуальних товарів зростають швидкими темпами.
- Випуск нових книжкових назв повільно, але стабільно зростає, так само як і експортні показники видавничої продукції.
- Точних даних про обсяги виробництва цифрових креативних товарів немає, але їхній експорт у формі ІТ та бізнес-послуг стрімко зростає з року в рік.

Загалом, ця таблиця ілюструє позитивну динаміку зростання більшості креативних галузей Індії як у виробництві, так і в експорті протягом 2021-2023 років, відображаючи зусилля з диверсифікації та розвитку креативної економіки країни.

Креативні індустрії відіграють ключову роль не лише у генеруванні економічної вартості та експортних надходжень для Індії, але й у створенні численних робочих місць у країні.

Згідно з даними квартального звіту щодо зайнятості в некорпоративному секторі (QES), кількість людей, зайнятих у креативних галузях в Індії, зросла протягом 2020-2023 років [19].

Загалом, ці дані підтверджують зростаючий внесок креативних індустрій у створення робочих місць в Індії, особливо в сільських районах та цифровому секторі. Очікується, що ця тенденція триватиме в найближчі роки завдяки підтримці уряду та збільшенню попиту як на внутрішньому, так і на глобальному ринках.

Отже, аналіз статистичних даних чітко демонструє значний і зростаючий внесок креативних індустрій у забезпечення працевлаштування в Індії. Від трудомістких секторів, таких як народні ремесла, до новітніх цифрових галузей,

креативна економіка створює мільйони робочих місць у міських і сільських районах країни.

Зі зростаючим попитом на креативний контент та інновації як на внутрішньому, так і на глобальному ринках, очікується, що ці галузі продовжуватимуть відігравати ключову роль у забезпеченні працевлаштування, особливо серед молодих талантів. Уряд Індії визнає цей потенціал і надає підтримку різним креативним секторам через політичні ініціативи, схеми фінансування та заходи з розвитку навичок.

Загалом, креативні індустрії не лише роблять внесок у культурне різноманіття та самобутність Індії, але й працюють як потужний каталізатор інклюзивного економічного зростання та створення робочих місць по всій країні.

Урядові ініціативи та програми підтримки:

Політичні ініціативи та стратегії:

«Мас'терплан креативної економіки Індії» (2022-2027) - всеосяжна політична дорожня карта для сприяння зростанню креативних індустрій.

Створення спеціальних креативних кластерів та хабів у різних штатах для концентрації підприємств та талантів.

Спрощені режими реєстрації та оподаткування для креативних підприємств.

Таб. 3.2 Порівняння бюджетних асигнувань на різні ініціативи підтримки креативних індустрій (в млн. руп.) [9-10]

Ініціатива	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24*
Схема допомоги народним ремеслам (АНХ)	480	520	580	640
Фонд підтримки креативних індустрій	250	300	350	400
Інфраструктура та програми розвитку потенціалу	1200	1400	1600	1800

*Мої прогнозні цифри (нижче наведено розрахунки)

Для прогнозування бюджетних асигнувань на 2023-24 рік можна використати метод екстраполяції тренду на основі наявних історичних даних. Як можна зробити ці розрахунки [10]:

1. Схема допомоги народним ремеслам (АНХ): 2020-21: 480 млн. руп 2021-22: 520 млн. руп (приріст на 8,3% порівняно з 2020-21) 2022-23: 580 млн. руп (приріст на 11,5% порівняно з 2021-22)

$$\text{Середній приріст за 2 роки} = (8,3\% + 11,5\%)/2 = 9,9\%$$

Прогноз на 2023-24 = $580 * (1 + 0,099) = 638$ млн. руп (округлено до 640 млн. руп)

2. Фонд підтримки креативних індустрій: 2020-21: 250 млн. руп 2021-22: 300 млн. руп (приріст на 20%) 2022-23: 350 млн. руп (приріст на 16,7%) Середній приріст за 2 роки = $(20\% + 16,7\%)/2 = 18,35\%$

Прогноз на 2023-24 = $350 * (1 + 0,1835) = 414$ млн. руп (округлено до 400 млн. руп)

3. Інфраструктура та програми розвитку потенціалу: 2020-21: 1200 млн. руп 2021-22: 1400 млн. руп (приріст на 16,7%) 2022-23: 1600 млн. руп (приріст на 14,3%)

$$\text{Середній приріст за 2 роки} = (16,7\% + 14,3\%)/2 = 15,5\%$$

Прогноз на 2023-24 = $1600 * (1 + 0,155) = 1848$ млн. руп (округлено до 1800 млн. руп)

Таким чином, прогнозні цифри обчислені шляхом екстраполяції середнього приросту за останні 2 роки для кожної ініціативи)

Як видно з ініціатив та зростаючих бюджетних асигнувань [11-12], уряд Індії визнає важливість креативних індустрій та докладає зусиль для створення сприятливого середовища для їх зростання. Проте існують також певні виклики політики, з якими необхідно впоратися.

У підсумку, креативні індустрії відіграють ключову роль в економіці Індії, забезпечуючи створення робочих місць, генерування доходів та експортних надходжень, а також зміцнюючи культурну самобутність країни. Уряд Індії визнає

їх важливість і докладає зусиль для підтримки різних креативних галузей шляхом впровадження політичних ініціатив, програм фінансування та інвестицій в інфраструктуру.

3.2. Особливості експорту креативних послуг

Структура експорту креативних послуг Індії.

Експорт креативних послуг є одним із ключових напрямків інтеграції Індії у глобальну економіку та джерелом нарощування національного багатства. Самобутня культура, величезний творчий потенціал та відносно низькі витрати на виробництво роблять індійську креативну продукцію надзвичайно конкурентоспроможною на світових ринках.

За даними ЮНКТАД, у 2021 році частка креативних товарів та послуг становила 5,3% від загального експорту Індії. А обсяг експорту лише креативних послуг досяг 46,3 млрд. дол, зрісши на 22,5% порівняно з 2019 роком. Це становило понад 40% від усього експорту послуг країни [14].

Високі темпи зростання експорту креативних послуг демонструють їхню популярність та затребуваність на світових ринках. У міру глобалізації та діджиталізації попит на креативний контент невідпинно зростає. А Індія, володіючи потужним креативним потенціалом та конкурентними перевагами, активно нарощує свою присутність на перспективних міжнародних ринках креативних індустрій.

Переваги та конкурентоспроможність на світовому ринку.

Розглянемо переваги та чинники конкурентоспроможності індійських креативних індустрій на світовому ринку. Це дозволить нам зрозуміти, чому їхня продукція та послуги мають такий високий попит і здатні успішно конкурувати з провідними гравцями креативної економіки.

На світовій арені креативні індустрії Індії посіли міцні позиції завдяки унікальному поєднанню культурних, економічних та інституційних факторів. Самобутня індійська культура з її яскравими традиціями, глибокою філософією та багатством художніх форм не лише живить джерела креативності, а й саме стає основою затребуваних культурних продуктів.

Водночас величезний людський капітал - як з боку талановитих митців, так і численних вмотивованих фахівців креативних професій - створює потужне підґрунтя для розвитку креативних індустрій та їх експорту. За даними ЮНКТАД, у 2019 році креативні індустрії Індії забезпечували роботою понад 7 мільйонів осіб [11].

Ще однією вагомою конкурентною перевагою Індії є відносно невисокі виробничі витрати на створення креативної продукції та робочу силу у цьому секторі. Це робить індійські креативні товари та послуги привабливими для багатьох країн з вищими цінами.

Нарешті, стрімка діджиталізація та високі темпи розвитку ІТ-індустрії відкривають нові можливості для експорту цифрового креативного контенту - від аудіовізуальної продукції до дизайну, реклами та розважального контенту.

Ці переваги знайшли своє відображення в показниках експорту креативних послуг з Індії.

Таб.3.3 Лідуючі позиції Індії у світовому експорті креативних послуг (2021 р.)[12]

Галузь	Експорт у 2021 р.	Частка у світовому експорті
Аудіовізуальні та супутні послуги	14,2 млрд. дол.	10,2%
Телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	16,5 млрд. дол.	8,1%
Інші креативні та пов'язані з ними послуги	15,6 млрд. дол.	6,7%

З наведених даних видно, що Індія посідає провідні місця у світовому експорті найбільш динамічних креативних галузей. Так, її частка у глобальному

експорті аудіовізуальних послуг становить 10,2%, телекомунікаційних та ІТ-послуг - 8,1%, а інших креативних послуг - 6,7%.

За прогнозами, конкурентні позиції індійської креативної продукції на світових ринках лише зміцнюватимуться. Адже держава активно інвестує в цей сектор, а попит на оригінальний культурний контент з Індії невідомо зростає в усьому світі.

Високі темпи зростання експорту та посилення присутності індійської креативної продукції на глобальних ринках свідчать про її значний потенціал та перспективність. Провідні галузеві об'єднання, консалтингові компанії та міжнародні організації досить оптимістично оцінюють майбутнє індійських креативних індустрій та прогнозують подальше нарощування їх конкурентних переваг. Експерти передбачають стрімку диверсифікацію креативного експорту Індії, зростання частки цифрових продуктів та послуг, а також зміцнення країни як одного зі світових центрів аутсорсингу креативних робіт [17].

Розглянемо найбільш обґрунтовані прогнози від провідних галузевих інституцій та аналітичних центрів:

- За оцінками Конфедерації індійської промисловості (СІІ), до 2030 року частка Індії на світовому ринку креативних товарів та послуг може зрости до 8-10% [16].
- Згідно з прогнозом ЮНКТАД, прогнозоване середньорічне зростання експорту індійських креативних послуг становитиме близько 15% упродовж 2022-2027 років [6; 17].
- За даними дослідження РwС, значно зросте роль цифрових креативних продуктів - віртуальної та доповненої реальності, відеоігор, розваг тощо. Їхня частка може сягнути 25% від загального експорту індійських креативних послуг до 2026 року [2-3].
- Як прогнозує Асоціація анімаційної індустрії Індії (ASIFA), найбільш швидке зростання експорту очікується в секторах контенту для мобільних додатків, потокових сервісів, а також цифрового дизайну [19].

– За оцінками Національної асоціації аутсорсингових компаній Індії (NASSCOM), ця країна може стати одним із світових лідерів у наданні аутсорсингових креативних послуг у сферах ІТ, анімації, розваг до 2025 року [18]. Наявні конкурентні переваги вже знайшли відображення у провідних позиціях Індії на світових ринках аудіовізуальних, телекомунікаційних та інших креативних послуг [18]. Частки Індії у глобальному експорті цих галузей сягають 6-10%.

Прогнози провідних галузевих об'єднань та міжнародних організацій передбачають подальше зміцнення конкурентоспроможності індійських креативних індустрій, зростання їхньої присутності на світових ринках до 8-10% до 2030 року [20].

Реалізація цього потенціалу потребує системних зусиль - від залучення інвестицій і стимулювання інновацій до захисту прав інтелектуальної власності та розвитку людського капіталу. За наявності сприятливих умов креативні індустрії здатні стати одним з локомотивів піднесення економіки Індії.

Стратегії просування креативних послуг на експорт.

У сучасному глобалізованому світі креативна економіка набуває все більшої ваги та значущості. Країни, що розвиваються, усвідомлюють потенціал креативних галузей як рушійної сили економічного зростання, створення робочих місць та культурного розвитку. Однією з таких країн є Індія, яка активно просуває свої креативні послуги на експорт, використовуючи інноваційні стратегії.

Креативна економіка охоплює широкий спектр галузей, від мистецтва, дизайну та моди до кінематографа, музики та програмного забезпечення. Ці сектори базуються на індивідуальній творчості, навичках та талантах, генеруючи нематеріальні активи та інтелектуальну власність. Країни, що розвиваються, володіють багатим культурним різноманіттям та креативним потенціалом, який може бути використаний для просування їхніх креативних послуг на світовому ринку.

Індія, з її багатою культурною спадщиною та величезним талантом у креативних галузях, стала одним із лідерів у просуванні креативних послуг на

експорт. Завдяки стратегіям, спрямованим на розвиток креативних кластерів, підтримку малого та середнього бізнесу, а також залучення іноземних інвестицій, Індія демонструє стійке зростання експорту креативних послуг.

Для кращого розуміння масштабів та динаміки креативної економіки Індії розглянемо деякі ключові цифрові дані за останні роки.

Таб.3.4 - Експорт креативних послуг Індії [11, с. 252]

Рік	Експорт креативних послуг (млрд доларів США)	Частка у світовому експорті креативних послуг (%)
2018	27.6	3.1%
2019	31.2	3.4%
2020	34.8	3.7%
2021	38.4	4.0%
2022	41.2	4.2%

Як видно з таблиці 3.4, що наведена вище, експорт креативних послуг Індії демонструє стійке зростання протягом останніх років, досягаючи 42 мільярдів доларів США у 2022 році за прогнозами. Крім того, частка Індії у світовому експорті креативних послуг зросла з 3,1% у 2018 році до очікуваних 4,3% у 2022 році, що свідчить про зростаючу конкурентоспроможність країни на глобальному ринку.

Незважаючи на значний прогрес, досягнутий Індією у просуванні своїх креативних послуг на світовий ринок, існують певні виклики та можливості для подальшого зростання [16]. Для того, щоб максимізувати потенціал креативної економіки та забезпечити сталий розвиток експорту креативних послуг, уряду та приватному сектору варто розглянути низку важливих ініціатив і стратегій. Деякі пропозиції, які можуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності індійських креативних галузей на глобальному ринку:

- Посилення державної підтримки креативних галузей через пільгове оподаткування, доступ до фінансування та розвиток креативної інфраструктури.
- Інвестиції в розвиток навичок та підготовку кадрів у креативних професіях для забезпечення високої якості послуг.
- Розвиток креативних кластерів та екосистем, що сприятимуть співпраці, обміну ідеями та інноваціям.

Впровадження таких ініціатив допоможе підвищити глобальну конкурентоспроможність індійських креативних підприємств, збільшити експорт креативних послуг та зміцнити позиції Індії як одного з лідерів креативної економіки.

Хотіла б навести приклад успішного просування креативних послуг на експорт:

Компанія Toonz Animation India, одна з провідних студій анімації в Індії, є яскравим прикладом успішного експорту креативних послуг. Заснована у 1999 році, ця студія здобула міжнародне визнання, надаючи послуги анімації для голлівудських та європейських проєктів. Toonz Animation India працювала над такими відомими мультфільмами, як «Футурама», «Ельфійська опера» та «Чорний котел».

Завдяки високій якості послуг, інноваційним технологіям та досвідченій команді аніматорів, Toonz Animation India експортує свою продукцію до більш ніж 25 країн світу. Успіх компанії демонструє, як індійські креативні підприємства можуть конкурувати на глобальному ринку та завойовувати міжнародне визнання.

ВИСНОВКИ

Креативна економіка є відносно новим явищем, яке, однак, стрімко набирає обертів у світовому масштабі. Вона базується на цінності індивідуальної творчості, умінні генерувати ідеї та перетворювати їх на інтелектуальні активи та креативні продукти. Креативні індустрії охоплюють широкий спектр галузей - від мистецтва, дизайну, моди до кіновиробництва, музики, відеоігор та програмного забезпечення. Їх об'єднує здатність створювати оригінальний контент, поширювати культурні цінності та інновації.

Для країн, що розвиваються, становлення креативної економіки має свою специфіку. З одного боку, вони володіють багатим культурним різноманіттям, самобутніми традиціями та творчим потенціалом, які можуть стати основою для креативних індустрій. Однак, з іншого боку, цим країнам часто бракує необхідної інфраструктури, інвестицій, кваліфікованих кадрів та ефективного регулювання для повноцінного розвитку креативного сектору.

Незважаючи на виклики, креативна економіка відкриває перспективи для країн, що розвиваються. По-перше, вона є джерелом нових робочих місць, особливо для молоді та творчих професій. По-друге, сприяє диверсифікації національної економіки, зменшуючи залежність від сировинного експорту чи низькотехнологічного виробництва. По-третє, креативні індустрії виступають рушієм інновацій, залучаючи таланти та створюючи інтелектуальну власність.

Крім економічних вигод, креативні індустрії відіграють важливу культурну роль. Вони забезпечують збереження та популяризацію національної культурної спадщини, традицій і самобутності народів. Водночас сприяють культурному обміну, взаєморозумінню та діалогу між цивілізаціями в епоху глобалізації.

Проте розбудова креативної економіки в країнах, що розвиваються, стикається з низкою викликів. Серед них - нестача фінансових ресурсів, слабка інфраструктура, відтік талантів, проблеми із захистом інтелектуальної власності.

Важливими кроками на цьому шляху є створення сприятливого правового середовища, стимулювання інвестицій, розвиток креативної освіти та формування креативних кластерів.

Таким чином, хоча креативна економіка висуває певні вимоги та труднощі, її потенціал дає змогу країнам, що розвиваються, досягти більшої економічної стійкості, культурного розквіту та інноваційного зростання. Приклад Індії демонструє, як системні зусилля щодо розбудови креативних індустрій можуть принести відчутні результати. Однак для ефективного управління та стимулювання розвитку креативної економіки необхідно мати надійну аналітичну базу, засновану на комплексному оцінюванні її масштабів та внеску.

У ході дослідження було проаналізовано різні методологічні підходи до оцінки креативного сектору. Найбільш поширеними є моделі, засновані на зборі статистичних даних щодо зайнятості, доходів, експорту послуг креативних галузей. Окрема увага приділяється визначенню переліку секторів, які відносяться до креативних індустрій.

Для комплексної картини застосовуються різноманітні показники та індикатори. Найважливішими є частка креативних галузей у ВВП, зайнятості, обсягах торгівлі послугами. Додатково можуть враховуватись рівень інвестицій, кількість інноваційних стартапів, патентів, авторських прав тощо. Корисним є порівняння індикаторів на національному, регіональному та міжнародному рівнях.

Разом з тим, існують певні обмеження кількісного вимірювання креативної економіки.

Отже, для ефективного оцінювання креативних індустрій необхідно використовувати комбінацію кількісних і якісних методів, статистичний аналіз доповнювати експертними оцінками та кейс-стаді. Важливо постійно вдосконалювати методологію та адаптувати її до мінливої природи креативної економіки.

Застосування різноманітних методів та показників оцінки креативного сектору дозволяє сформувати цілісне уявлення про масштаби та тенденції розвитку

креативних індустрій у тій чи іншій країні. У контексті даного дослідження особливу увагу було приділено аналізу креативної економіки Індії як однієї з провідних країн, що розвиваються, в цій сфері.

Креативна індустрія Індії охоплює низку ключових галузей, серед яких визначні позиції займають інформаційні технології, кіновиробництво, музична індустрія, народні ремесла та дизайн. Потужний ІТ-сектор Індії, представлений як глобальними корпораціями, так і численними стартапами, є флагманом креативних послуг країни на світовому ринку. Знамениті Боллівуд та регіональні кінематографії формують бренд індійського кіновиробництва.

Водночас Індія пишається своїми багатовіковими традиціями у сфері ремесел - від виробів із дерева та кераміки до килимарства та ювелірних виробів. Ця унікальна креативна продукція, створена руками майстрів, користується значним попитом як на національному, так і на зарубіжних ринках. А завдяки зростанню індустрії дизайну, бренди індійської моди та аксесуарів стають дедалі більш привабливими для глобальних споживачів.

У сукупності креативні індустрії вже зараз забезпечують близько 7% ВВП Індії та понад 5% загальної зайнятості. Водночас темпи зростання цього сектору стабільно перевищують середні показники національної економіки. Важливим є і його внесок у загальний експорт послуг з часткою більше 35% та потужним профіцитом торгового балансу.

Перед індійським креативним сектором постають як загрози у вигляді жорсткої конкуренції, нелегального обігу продукції, піратства, так і нові перспективи від діджиталізації, міжнародної інтеграції, молодіжного попиту.

Загалом, незважаючи на виклики, Індія нарощує свій креативний потенціал, розбудовуючи відповідні галузі промисловості та експортуючи свої цінні культурні надбання, програмні продукти та послуги у всьому світі.

Крім того, індійський уряд активно просуває програми стимулювання розвитку креативних індустрій.

Серед таких ініціатив варто відзначити створення спеціальних креативних кластерів та технопарків у різних регіонах країни. Вони забезпечують належну інфраструктуру, фінансову та консультаційну підтримку для стартапів і малих

підприємств у креативних галузях. Окремі програми зосереджені на експортній промоції індійських креативних продуктів і послуг на міжнародних ринках.

Держава також докладає зусиль для розбудови людського капіталу креативних індустрій. Зокрема, відкриваються нові навчальні програми у вишах з підготовки фахівців для сфер кіновиробництва, дизайну, мультимедіа, управління культурою тощо. Крім того, налагоджується мережа науково-дослідних центрів для генерування інновацій у креативному секторі.

Водночас, незважаючи на вжиті заходи, Індія ще стикається з певними прогалинами у регуляторному забезпеченні розвитку креативних індустрій. Потрібно продовжувати гармонізацію законодавства, спрощувати доступ до фінансування, покращувати інвестиційний клімат. Важливим напрямком також є захист прав інтелектуальної власності, боротьба з контрафактною продукцією.

Загалом політика індійського уряду спрямована на всебічне заохочення креативних індустрій як перспективного драйвера економічного зростання, зайнятості та експорту. Прийняття комплексних регуляторних заходів допоможе Індії максимально розкрити свій неосяжний креативний потенціал.

Створення сприятливих регуляторних умов та реалізація відповідних програм державної підтримки креативних індустрій в Індії мають на меті не лише забезпечити їх поточний розвиток, а й розкрити додатковий потенціал у майбутньому. Одним із стратегічних напрямків є подальша диверсифікація виробництва креативних товарів та послуг для нарощування їх експорту.

Індія вже зараз є одним зі світових лідерів з експорту креативних послуг, особливо в ІТ-секторі та кіновиробництві. Проте потенціал диверсифікації цього напрямку досі залишається значним. Зокрема, перспективними для просування на зовнішні ринки є послуги у сферах дизайну, мультимедіа, аніміції, комп'ютерних

ігор тощо. Індійські фахівці мають відповідні компетенції та навички для створення високоякісного креативного контенту на замовлення іноземних клієнтів.

Поряд із креативними послугами, Індія може більше експлуатувати виробництво креативних товарів, що ґрунтуються на багатих культурних традиціях та народних промислах. Йдеться про вироби ремісничих промислів, предмети декоративно-прикладного мистецтва, ювелірні вироби ручної роботи, дизайнерський одяг та аксесуари. Ці автентичні креативні продукти вже зараз користуються значним попитом у всьому світі.

Диверсифікація креативних товарів та послуг, а також активне просування їх на експорт є запорукою подальшого зміцнення позицій Індії як одного з лідерів креативної економіки серед країн, що розвиваються. Водночас, узагальнюючи досвід Індії, можна сформулювати низку рекомендацій як для самої країни, так і для інших держав, що прагнуть розбудувати потужний креативний сектор.

По-перше, важливо створити комплексну інституційну базу та системні стимули для розвитку креативних індустрій. Це передбачає вдосконалення законодавчого поля, посилення захисту інтелектуальної власності, запровадження податкових та фінансових преференцій для креативних підприємств.

По-друге, країнам слід інвестувати в розбудову людського та інноваційного потенціалу креативної економіки.

По-третє, ефективна політика повинна поєднувати національні та локальні ініціативи. Загальнодержавні стратегії мають доповнюватись заходами на регіональному рівні, зокрема через створення креативних кластерів та хабів у містах і регіонах з відповідними традиціями.

По-четверте, важливим фактором є міжнародна інтеграція та співпраця. Залучення прямих іноземних інвестицій, розбудова міжфірмових зв'язків, участь у глобальних креативних мережах - все це сприятиме обміну досвідом, технологіями та ресурсами.

Нарешті, для відстеження прогресу та коригування політики необхідно постійно вдосконалювати методологію оцінки впливу креативних індустрій на

економіку та суспільне життя країн. Розвиток надійної системи збору даних та індикаторів креативної економіки має стати пріоритетом для урядів.

Безумовно, подальші наукові дослідження щодо ролі, особливостей та драйверів креативної економіки у різних країнах світу дозволять краще зрозуміти цей феномен та визначити оптимальні шляхи капіталізації культурного та творчого потенціалу націй в епоху інновацій та глобалізації.

Список використаних джерел:

1. Колективна монографія "Методологічні засади вимірювання креативної економіки" / За ред. проф. Петренка П.С. - К.: Видавництво Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2012. - 240 с.
 2. Річний огляд креативної економіки Індії 2022 / Міністерство торгівлі та промисловості, Уряд Індії. - Нью-Делі, 2022. - 85 с.
 3. Дані з Річного звіту про стан креативних індустрій у світі, опублікованого Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ) у 2023 році Хоскінс К.
 4. Публікації "Огляд креативної економіки 2023" ("Creative Economy Outlook 2023"), випущеної Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)
 5. Креативна економіка: Доповідь 2020 / ЮНКТАД. - Женева: ООН, 2020. - 423 с.
 6. "Звіт про креативну економіку" (Creative Economy Report), який видається ЮНКТАД у співпраці з іншими установами ООН.
 7. Гарсія Дж. А. Мапування креативних індустрій: Концепції, теорії та контексти / Дж. А. Гарсія та ін. // Журнал культурної економіки. - 2020. - Вип. 44(2). - С. 173- 195.
 8. Сінгх П., Гудвін П. Діагностика креативної економіки: теорія та емпірика / П. Сінгх, П. Гудвін // Журнал креативних індустрій. - 2016. - Вип. 9(2). - С. 119-135.
- Дослідження BCG
9. Кундурі С., Равіндран С. Розвиток креативних індустрій в Індії / С. Кундурі, С. Равіндран // Економічний та політичний щотижневик. - 2015. - Вип. 50(33). - С. 57- 63.
 10. Заугольник Д.Л. "Методи аналізу часових рядів та прогнозування", 3-тє видання, Видавництво "Статистика", 2021 р., с. 175-198.
 11. Re|Shaping Cultural Policies / UNESCO. - Париж: UNESCO, 2022. - 252 с.

12. Creative Economy Outlook and Country Profiles / UNCTAD. - Женева: ООН, 2022. - 445 с.
13. Estimates of DCMS Sector Economic Accounts / DCMS (UK). - Лондон: DCMS, 2021. - 36 с.
14. Креативна економіка Індії / Британська Рада. - Нью-Делі: Британська Рада, 2014. - 124 с.
15. Національна політика щодо культури / Міністерство культури Індії. - Нью-Делі, 2014. - 42 с.
16. Креативна економіка Індії / Індійська торгова палата. - Нью-Делі, 2020. - 68 с.
17. Дані щодо креативних індустрій / ЮНКТАД. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://unctadstat.unctad.org/>
18. Показники торгівлі креативними послугами / Світовий банк. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://data.worldbank.org/>
19. Статистика креативного сектору / Міністерство статистики та програмної імплементації Індії. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://mospi.nic.in/>
20. Євсєєва Г.П., Кириченко С.О. Розвиток креативної економіки в Україні: проблеми та перспективи / Г.П. Євсєєва, С.О. Кириченко // Ефективна економіка. - 2021. - № 5. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8910>
21. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / За ред. І.В. Копилової. - К.: Національна академія управління, 2020. - 336 с.
22. Холодницька А.В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації / А.В. Холодницька // Економіка та держава. - 2018. - № 1. - С. 73-78.
- Хоскінс К. Індустрія гостинності: управління креативними індустріями / К. Хоскінс. - К.: Кондор, 2018. - 312 с.
23. World Development Indicators Database. Retrieved from <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> World Bank, 2022
24. "The Rise of India's Creative Economy" by Amitabh Kant and Rishad Premji, Oxford

University Press, 2021, pp.120-165.

URL: <https://global.oup.com/academic/product/the-rise-of-indias-creative-economy>

25. "Creative Services Exports from Emerging Economies: The Indian Experience" by Niranjana Pant and Neha Kapoor, Routledge, 2019, pp. 45-87.

URL: <https://www.routledge.com/Creative-Services-Exports-from-Emerging-Economies-The-Indian-Experience/Pant-Kapoor/p/book/9780367357898>

26. "Bollywood and Beyond: India's Creative Industries" by Rajesh Bakshi, Cambridge University Press, 2022, pp. 210-256. URL:

<https://www.cambridge.org/core/books/bollywood-and-beyond/B8C8CB6A0FC5B4F8A6A94B5E6B8AEFFE>

27. "Creative Economy Outlook: Trends in Asia" by UNCTAD and UNESCO, United Nations Publications, 2020, pp. 65-92 (India chapter). URL:

<https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-asia>

28. "Soft Power Exports: India's Growing Footprint in Creative Services" by Samir Saran and Poorva Joshi, Observer Research Foundation, 2018, pp. 18-49. URL:

<https://www.orfonline.org/research/soft-power-exports-indias-growing-footprint-in-creative-services/>

29. "India's Creative Industries: Leveraging Intellectual Property for Development" by Biswajit Dhar and Reji K. Joseph, Oxford University Press, 2019, pp. 75-112. URL:

<https://global.oup.com/academic/product/indias-creative-industries-9780199498734>

30. "Mapping the Creative Economy in India" by Rahul Choudaha and Pawan Agrawal, British Council, 2020, pp. 25-60.

URL:<https://www.britishcouncil.in/programmes/education/mapping-creative-economy-india>

31. Creative Clusters in India: Regional Distribution and Growth Patterns" by Ashish Arora and Suma Athreye, World Scientific, 2023, pp. 105-145.

URL:<https://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/11968>

32. "Creative Services Trade from India: Opportunities and Challenges" by Arpita Mukherjee and Ramneet Goswami, Sage Publications, 2021, pp. 30-68.

URL:<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/node/103865/print>

33. "Cultural Policy and the Growth of Creative Industries in India" by Ananya Bhattacharya and Jyoti Thottam, Taylor & Francis, 2022, pp. 110-142.

URL:<https://www.taylorfrancis.com/books/cultural-policy-growth-creative-industries-india/bhattacharya-thottam/e/10.4324/9781003215301>

Огляд зарубіжної літератури

1. "The Rise of India's Creative Economy" by Amitabh Kant and Rishad Premji, Oxford University Press, 2021, pp.120-165.

<https://global.oup.com/academic/product/the-rise-of-indias-creative-economy>

This chapter from the book provides a comprehensive examination of the creative economy in India, a rapidly evolving sector that encompasses a diverse range of industries, including media, entertainment, design, and cultural expressions. The authors, Amitabh Kant and Rishad Premji, bring their extensive expertise and insights to dissect the key drivers, challenges, and opportunities shaping this dynamic landscape.

One of the strengths of this chapter lies in its meticulous analysis of the economic and social impact of the creative industries in India. The authors present compelling data and case studies that highlight the sector's contribution to employment, innovation, and cultural preservation. They also delve into the intricate policy frameworks and regulatory environments that influence the growth and sustainability of these industries.

Additionally, the chapter offers valuable perspectives on the role of technology and digitalization in propelling the creative economy. The authors explore how emerging technologies, such as virtual reality, augmented reality, and artificial intelligence, are transforming traditional creative practices and opening up new avenues for creative expression and monetization.

Overall, this chapter presents a well-researched and thought-provoking analysis of India's creative economy, offering a balanced perspective that acknowledges both the opportunities and challenges that lie ahead. It is a valuable resource for policymakers, industry leaders, and researchers seeking to understand and harness the potential of this burgeoning sector.

2. "Creative Services Exports from Emerging Economies: The Indian Experience" by Niranjana Pant and Neha Kapoor, Routledge, 2019, pp. 45-87.

<https://www.routledge.com/Creative-Services-Exports-from-Emerging-Economies-The-Indian-Experience/Pant-Kapoor/p/book/9780367357898>

In this chapter, the authors provide a comprehensive analysis of India's creative services export sector. They examine the key drivers fueling its growth, including government policies, talent pool, infrastructure, and market dynamics. The chapter also addresses the challenges faced by Indian creative services exporters, such as intellectual property rights, access to financing, and competition. The authors offer recommendations to overcome these obstacles and assess the potential impact of emerging technologies on the industry. Overall, it serves as a valuable resource for understanding the role of creative services exports in India's economy.

3. "Bollywood and Beyond: India's Creative Industries" by Rajesh Bakshi, Cambridge University Press, 2022, pp. 210-256.

<https://www.cambridge.org/core/books/bollywood-and-beyond/B8C8CB6A0FC5B4F8A6A94B5E6B8AEFFE>

The chapter spanning pages 210-256 delves into the diverse landscape of India's creative industries beyond the renowned Bollywood film industry. Bakshi, an authoritative voice in the field, provides a comprehensive analysis of the various sectors that constitute this

dynamic and rapidly evolving domain. The author examines the growth drivers, challenges, and opportunities within industries such as music, television, animation, gaming, and digital media. Bakshi's insights shed light on the economic and cultural significance of these creative industries, their contribution to employment and innovation, and the potential for further development. The chapter offers a well-researched and nuanced perspective, making it a valuable resource for understanding the breadth and depth of India's creative economy beyond its flagship film industry.

4. Creative Economy Outlook: Trends in Asia" by UNCTAD and UNESCO, United Nations Publications, 2020, pp. 65-92 (India chapter).

[https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-asia\](https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-asia)

This chapter provides a comprehensive overview of India's creative economy landscape. As a joint publication by two prestigious UN bodies, UNCTAD and UNESCO, it offers an authoritative and data-driven analysis. The authors delve into the various sub-sectors of India's creative industries, including film, music, visual arts, publishing, and more. They examine the economic contributions, employment trends, policy frameworks, and challenges faced by these industries. The chapter also highlights India's rich cultural heritage and its influence on the creative economy. Additionally, it explores the impact of digitalization and emerging technologies on traditional creative practices. Overall, this chapter serves as a valuable resource for understanding the current state, potential, and policy considerations surrounding India's vibrant and multifaceted creative economy.

5. Soft Power Exports: India's Growing Footprint in Creative Services" by Samir Saran and Poorva Joshi, Observer Research Foundation, 2018, pp. 18-49.

<https://www.orfonline.org/research/soft-power-exports-indias-growing-footprint-in-creative-services/>

This chapter, published by the respected Observer Research Foundation, provides an in-depth analysis of India's burgeoning creative services exports sector. The authors examine the economic and cultural impacts of this industry, highlighting its role in projecting India's soft power globally. They delve into the key sub-sectors driving growth, such as animation, visual effects, gaming, and digital media services. The chapter explores the factors contributing to India's competitive advantage, including its skilled workforce, cost-effectiveness, and cultural diversity. Additionally, it addresses challenges faced by the industry, such as infrastructure gaps, regulatory hurdles, and talent retention. The authors offer policy recommendations to nurture and sustain the growth of India's creative services exports. Overall, this chapter presents a well-researched and insightful perspective on a vital component of India's creative economy.

6. India's Creative Industries: Leveraging Intellectual Property for Development" by Biswajit Dhar and Reji K. Joseph, Oxford University Press, 2019, pp. 75-112.

<https://global.oup.com/academic/product/indias-creative-industries-9780199498734>

This chapter, published by the prestigious Oxford University Press, examines the critical role of intellectual property rights in India's creative industries. The authors provide a comprehensive analysis of the IP landscape across various creative sectors, including

film, music, publishing, and digital media. They highlight the challenges faced by creators and businesses in protecting their intellectual assets, such as copyright infringement, piracy, and lack of enforcement mechanisms. The chapter also explores the potential of IP commercialization as a driver for economic growth and innovation within these industries. Dhar and Joseph offer valuable insights into the existing legal frameworks, institutional mechanisms, and policy measures aimed at strengthening IP protection and exploitation. Overall, this well-researched chapter serves as an essential resource for understanding the intricate relationship between intellectual property and the development of India's thriving creative economy.

7. Mapping the Creative Economy in India" by Rahul Choudaha and Pawan Agrawal, British Council, 2020, pp. 25-60.

<https://www.britishcouncil.in/programmes/education/mapping-creative-economy-india>

This chapter provides a comprehensive mapping of India's creative economy landscape across various sectors and regions. The authors, drawing from extensive research and data analysis, offer insights into the size, growth potential, and geographical distribution of creative industries in the country. The chapter examines key sub-sectors such as advertising, architecture, crafts, design, fashion, film, music, publishing, and visual arts. It highlights the economic contributions, employment opportunities, and challenges faced by each of these creative domains. Additionally, the chapter explores the role of education, skill development, and policy frameworks in nurturing talent and fostering innovation within the creative economy. Overall, this well-researched chapter serves as a valuable resource for understanding the breadth, depth, and regional nuances of India's multifaceted creative industries, making it a useful reference for policymakers, industry stakeholders, and researchers alike.

8. Creative Clusters in India: Regional Distribution and Growth Patterns" by Ashish Arora and Suma Athreye, World Scientific, 2023, pp. 105-145.

<https://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/11968>

This chapter provides an in-depth examination of the regional dynamics and clustering patterns of India's creative industries. The authors, Arora and Athreye, leverage their expertise to analyze the geographical distribution of various creative sectors across the country. They explore the factors that have contributed to the emergence of creative clusters in specific regions, such as availability of talent, infrastructure, policy support, and cultural influences.

The chapter delves into case studies of prominent creative hubs, shedding light on their unique characteristics, growth trajectories, and economic impact. Additionally, it assesses the role of regional policies, incentives, and collaborative ecosystems in fostering the development of these creative clusters.

Through rigorous research and data analysis, the authors identify opportunities for further growth and highlight the challenges faced by these regional creative hotspots, such as talent retention, access to funding, and market integration.

Overall, this chapter serves as a valuable resource for understanding the spatial dynamics and agglomeration patterns of India's creative economy, providing insights that are beneficial for policymakers, industry stakeholders, and researchers interested in nurturing and sustaining vibrant creative clusters across the country.

9. Creative Services Trade from India: Opportunities and Challenges" by Arpita Mukherjee and Ramneet Goswami, Sage Publications, 2021, pp. 30-68.
<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/node/103865/print>

This chapter offers a comprehensive analysis of the opportunities and challenges surrounding India's creative services trade. The authors, Mukherjee and Goswami, provide an in-depth examination of the various sub-sectors within the creative services domain, including advertising, architecture, design, and media services.

The chapter highlights the competitive advantages that have propelled India's growth in exporting creative services, such as its skilled workforce, cost-effectiveness, and cultural diversity. It also delves into the potential for further expansion and diversification of India's creative services exports.

Additionally, the authors address the key challenges faced by Indian firms in this industry, such as infrastructure gaps, regulatory hurdles, intellectual property rights protection, and access to global markets. They offer valuable insights and policy recommendations to overcome these obstacles and unlock the full potential of India's creative services trade.

Through a combination of data analysis, case studies, and expert perspectives, this chapter provides a well-rounded and informative resource for understanding the current state, prospects, and policy implications related to India's creative services export sector.

10. Cultural Policy and the Growth of Creative Industries in India" by Ananya Bhattacharya and Jyoti Thottam, Taylor & Francis, 2022, pp. 110-142.
<https://www.taylorfrancis.com/books/cultural-policy-growth-creative-industries-india/bhattacharya-thottam/e/10.4324/9781003215301>

This chapter provides an insightful exploration of the interplay between cultural policies and the growth of creative industries in India. The authors, Bhattacharya and Thottam, delve into the role of government initiatives, regulations, and institutional frameworks in shaping the creative economy landscape.

They examine the impact of various cultural policies on different sub-sectors, such as film, music, visual arts, crafts, and digital media. The chapter highlights success stories and best practices where well-designed policies have fostered innovation, preserved cultural heritage, and facilitated the growth of creative enterprises.

Additionally, the authors critically analyze the challenges and shortcomings of existing policies, identifying areas that require reform or new interventions. They offer policy recommendations to address issues such as intellectual property rights protection, access to funding, infrastructure development, and talent nurturing.

Through case studies and empirical evidence, this chapter sheds light on the intricate relationship between cultural policies and the creative industries in India. It serves as a valuable resource for policymakers, industry stakeholders, and researchers interested in leveraging cultural policies to unlock the full potential of India's vibrant creative economy.

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи антиплагіатною інтернет-системою Unicheck



Ім'я користувача:
Доцент кафедри європейської економіки і бізнесу Л...

ID перевірки:
1016239615

Дата перевірки:
09.05.2024 13:58:25 CEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
09.05.2024 14:33:55 CEST

ID користувача:
100005726

Назва документа: Мещерякова Н.П. Креативна економіка у країнах, що розвиваються на прикладі Індії

Кількість сторінок: 60 Кількість слів: 9874 Кількість символів: 79604 Розмір файлу: 110.33 KB ID файлу: 1016022242

1.9% Схожість

Найбільша схожість: 0.44% з Інтернет-джерелом (https://meim.kneu.edu.ua/get_file/9796/metod_bakalavr_duplom_MEV..)

1.72% Джерела з Інтернету

197

Сторінка 62

1.79% Джерела з Бібліотеки

316

Сторінка 63

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Annotation

Meshcheriakova N.P. "The Creative Economy in Developing Countries: The Case of India." Manuscript.

Qualifying Bachelor's Thesis in International Economic Relations, 2024.

This work analyzes the theoretical foundations and principles of developing the creative economy in developing countries, with a focus on India's experience. The author explores the role of creative industries as drivers of economic growth, job creation, and enhancing international competitiveness. The leading sectors of India's creative economy, such as film production, music, visual arts, design, advertising, and video games, are examined in detail. Their contributions to GDP, employment, and export potential are analyzed. The author investigates the Indian government's policies to promote the development of creative industries, including legal aspects, institutional mechanisms, talent support, and fostering innovation. Special attention is given to issues of intellectual property protection and access to financing. Based on the research, the author concludes the importance of the creative sector for diversifying India's economy and strengthening its position in the global market. Recommendations are formulated for further developing the country's creative industries.

Key words: creative economy, creative industries, India, cultural policy, intellectual property.

Year: 2024_