

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

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної економіки**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 «Економіка»**

Форма навчання: _____ очна (денна) _____
очна (денна), заочна, дистанційна

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «Розвиток креативного сектору глобальної економіки»

(назва теми)

здобувача _____ Глаголева Олексія Павловича _____

(ПІБ, підпис)

Науковий керівник: Швиданенко О.А д.е.н., професор
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

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

Завідувач кафедри: д.е.н., проф. Столярчук Я. М.
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

Київ 2023

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної економіки

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
05 Соціальні та поведінкові науки
051 «Економіка»**

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми
«Міжнародна економіка»

Людмила ЦИМБАЛ

(підпис) (ініціали, прізвище)
«_____» _____ 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри міжнародної економіки

Ярослава СТОЛЯРЧУК
(підпис) (ініціали, прізвище)
«_____» _____ 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Глаголеву Олексію Павловичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

денної форми навчання
очної (денної), заочної, дистанційної

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему: **«Розвиток креативного сектору глобальної економіки»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від «20» _____ 06 _____ 2023 р. № 851-ст

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах:
міжнародних організацій (СОТ, ОЕСР, Євростат, ЮНКТАД), дані рейтингових
агентств і фондів, наукових працях провідних вітчизняних та зарубіжних вчених,
офіційні веб-сторінки міжнародних дослідницьких інститутів.

План кваліфікаційної магістерська роботи

Розділ 1	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ. <i>(назва розділу)</i>
Розділ 2	АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ <i>(назва розділу)</i>
Розділ 3	ШЛЯХИ РОЗБУДОВИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ <i>(назва розділу)</i>
Об'єкт дослідження:	існуючі процеси розвитку креативного сектору глобальної економіки.
Предмет дослідження:	є умови, чинники та механізми функціонування креативного сектору економіки України.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	полягає у проведенні всебічного аналізу розвитку креативного сектору глобальної економіки та визначенні шляхів його подальшого вдосконалення та обґрунтування на цій основі напрямів ефективної розбудови креативного сектору національної економіки.
Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:	
У розділі 1	
розкрити теоретичні концепції становлення креативної економіки;	
визначити передумови формування та розвитку креативного сектору глобальної економіки	
дослідити особливості функціонування креативних індустрій в країнах світу	
У розділі 2	
охарактеризувати масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки	
оцінити ефективність функціонування креативних індустрій глобальної економіки	
проаналізувати сучасний стан розвитку креативної економіки України	
У розділі 3	
визначити проблеми та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки	
обґрунтувати напрями розбудови креативного сектору економіки України	

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)
«_____» _____ 2023 р.

Швиданенко О.А. д.е.н., професор

Завдання одержав здобувач

(підпис)
«_____» _____ 2023 р.

Глаголев О.П.
(ініціали, прізвище)

Реферат

Магістерська робота містить 7 таблиці, 19 рисунків, список використаних джерел включає 73 найменувань, 5 додатків. Загальний обсяг дипломної роботи становить 100 сторінок, основний зміст роботи викладено на 89 сторінках.

«Розвиток креативного сектору глобальної економіки»

(назва кваліфікаційної магістерської роботи)

Об'єктом дослідження є існуючі процеси розвитку креативного сектору глобальної економіки.

Предметом дослідження є умови, чинники та механізми функціонування креативного сектору економіки України.

Мета роботи полягає у проведенні всебічного аналізу розвитку креативного сектору глобальної економіки та визначенні шляхів його подальшого вдосконалення та обґрунтування на цій основі напрямів ефективної розбудови креативного сектору національної економіки.

Згідно з поставленою метою, були визначені такі завдання дослідження:

- дослідити теоретичні концепції становлення креативної економіки
- визначити передумови формування та розвитку креативного сектору глобальної економіки;
- визначити особливості функціонування креативних індустрій в країнах світу;
- дослідити масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки;
- провести оцінку ефективності функціонування креативних індустрій глобальної економіки;
- охарактеризувати сучасний стан розвитку креативної економіки України;
- встановити проблеми сфери та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки;
- визначити напрями розбудови креативного сектору економіки України в умовах глобалізації.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження

при розробці стратегічних програмних документів державних органів. Зокрема, вони можуть стати корисними для формування та реалізації державної політики щодо забезпечення повоєнної розбудови «креативних індустрій» України та їх подальшої інтеграції до креативного сектору глобальної економіки.

Рік виконання роботи 2023.

Рік захисту роботи 2023.

Ключові слова: глобалізація, креативна економіка, креативні індустрії, креативний сектор глобальної економіки, національна економіка, економіка України.

ВІДГУК

на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету Міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми: «Міжнародна економіка»

Магістерської програми: «Міжнародна економіка»

Глаголева Олексія Павловича

на тему «Розвиток креативного сектору глобальної економіки»

1. Актуальність теми: Зумовлена динамічним переходом та подальшим становленням постіндустріального (інформаційного-інноваційного) суспільства під впливом глобалізаційних процесів та необхідністю держав, в т.ч. і України адаптувати свій розвиток під глобальні виклики розбудови креативного сектору глобальної економіки, що особливо актуально для повоєнного відновлення національного господарства та вітчизняних підприємств, які прагнуть покращувати власні міжнародні конкурентні позиції.
2. Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи: є комплексне дослідження теоретичних засади становлення креативного сектору світової економіки та особливостей функціонування креативних індустрій в країнах світу; всебічний аналіз на основі фактологічного матеріалу масштабів функціонування креативного сектору глобальної економіки; проведення оцінювання стану ефективності розвитку галузей креативного сектору світової економіки.
3. Наявність самостійних розробок автора: охарактеризовано проблеми та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки; проаналізовано стан розвитку креативної економіки України; визначено і обґрунтовано рекомендації щодо шляхів розбудови креативного сектору економіки України в умовах глобалізації.
4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій: представлені у магістерській роботі висновки і рекомендації роботи можуть слугувати методологічною базою при розробленні стратегій і програм програмних документів державних органів стратегічного характеру, щодо забезпечення повоєнної розбудови «креативних індустрій» України та їх подальшої інтеграції до креативного сектору глобальної економіки.
5. Наявність недоліків: у роботі наявні огріхи стилістичного характеру; автору слід було б більш уваги приділити характеристикам формування креативної економіки в історичній ретроспективі.
6. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: В цілому кваліфікаційна магістерська робота відповідає всім нормативам вимогам, виконана на високому теоретичному рівні, є завершеною і самостійною, свідчить про вміння автора досліджувати складну наукову проблематику. Робота рекомендується до захисту перед ЕК з оцінкою 46 балів.

Науковий керівник: професор кафедри міжнародної економіки, д.е.н., проф.

(посада, учене звання, науковий ступінь)

Швиданенко О.А.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

“01” грудня 2023 р.

Рецензія

на кваліфікаційну магістерську роботу

здобувача вищої освіти

Глаголева Олексія Павловича

на тему «Розвиток креативного сектору глобальної економіки»

Актуальність теми дипломної роботи пов'язана із підвищенням ролі креативної індустрії у формуванні ВВП розвинених країн, зростанні частки креативного сектору економіки, що сприяє формуванню національного багатства. Тому розбудова національної креативної економіки дозволить правильно визначити напрями забезпечення ефективного розвитку господарства України та його повоєнного відновлення. Адже сучасні системні структурні трансформації глобальної економіки безпосередньо впливають на розвиток усіх країн світу що обумовлює необхідність глибокого розуміння і дослідження даних процесів.

Магістерська дипломна робота, яку подано на рецензію, виконана відповідно до завдання, в повному обсязі і у встановлений термін. Робота складається зі вступу, розкриття характерних рис та теоретичних основ становлення креативної економіки; з визначенням особливостей процесу функціонування креативних індустрій в країнах світу, а також дослідження закономірностей та передумови формування і розвитку креативного сектору глобальної економіки.

В магістерській роботі розкрито масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки; проведено глибокий аналіз сучасного етапу розвитку креативної індустрії, а також здійснено оцінку стану розвитку креативної економіки України.

Здобувачем було визначено напрями системних структурних трансформацій креативного сектору глобальної економіки; сформульовано проблеми та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки та розроблено рекомендації щодо шляхів розбудови креативного сектору економіки України.

Зроблені автором магістерської роботи висновки відповідають сформованим у вступній частині завданням.

Пропозиції, винесені здобувачем є обґрунтованими, доцільними та актуальними.

Рекомендація роботи до захисту: Випускна робота Глаголева О.П. відповідає усім вимогам, свідчить про вміння автора досліджувати складну наукову проблематику та рекомендується до захисту перед ЕК з оцінкою **48** балів .

Місце роботи та посада рецензента

Директор ТОВ «ГРЕЙН ХАБ»

(підпис)

Пономаренко О.С.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.	6
1.1 Теоретичні концепції становлення креативної економіки	6
1.2 Передумови формування та розвитку креативного сектору глобальної економіки	16
1.3 Особливості функціонування креативних індустрій в країнах світу	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	38
2.1 Масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки	38
2.2 Оцінка ефективності функціонування креативних індустрій глобальної економіки	49
2.3 Характеристика сучасного стану розвитку креативної економіки України.	58
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗБУДОВИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	68
3.1 Проблеми та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки	68
3.2 Напрями розбудови креативного сектору економіки України	77
ВИСНОВКИ	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Сучасний етап розвитку глобалізаційних перетворень значно вплинув на структури та механізми функціонування світової економіки. Так вільний доступ до інформації призвів не тільки до посилення конкуренції у всіх секторах світового ринку так і до трансформації діяльності самих суб'єктів економічних відносин на мікро-, макро- та мезо- рівнях. Глобальні перетворення обумовили і формування нових детермінант забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання які вже базуються не лише на самих процесах використання знань, але й генеруванні інноваційних знань які забезпечують постійне оновлення та удосконалення бізнес-діяльності. Усе це призвело до становлення нового сектору економіки - креативного, який базується на використанні людських знань та вмінь для створення нових креативних продуктів і забезпечення національного економічного зростання.

Вже сьогодні можна констатувати що розвиток креативного сектору став ключовим аспектом сучасної світової економіки, визначаючи темпи і напрями її трансформації. Саме креативність, яка виявляється в інноваціях, мистецтві, дизайні, технологіях та культурі, стала відігравати важливу роль у формуванні нових галузей і в удосконаленні традиційних сфер діяльності.

Зростаюча увага до креативності в економіці відбивається в стратегіях багатьох країн та міжнародних організацій, оскільки цей сектор визнається не лише як джерело культурного багатства, але і як каталізатор інновацій та новаторського підходу до вирішення економічних викликів.

Оскільки це актуальний та багатогранний науковий напрям це обумовило великий інтерес вчених що активно займалися дослідженням креативної економіки. Серед найбільш відомих зарубіжних дослідників слід відзначити Річарда Флоріда, Джона Хауке, Пітера Друкера, Деніела Пінка, Террі Лавлока та Джоні Ловетта, Брайана Артурса, Еріка фон Хіппеля. Ці вчені внесли значний внесок у розуміння ролі креативності у сучасній економіці та суспільстві. Вони

стверджували що в контексті постійного зростання конкуренції та швидкого технологічного прогресу, креативний сектор стає ключовим каталізатором інновацій, стимулюючи економічний розвиток та виходячи за межі традиційних галузей. Вагомий внесок у дослідження креативізації економічних процесів здійснили у своїх наукових працях такі визнані вітчизняні вчені як Д. Лукіяненко, А. Поручник, Я. Столярчук, І.Каленюк, В.Плотников, О.Дорошенко, І.Скавронська, О.Швиданенко та інші. У своїх працях вони відзначали що креативні індустрії/сектори економіки ефективно функціонують переважно в розвинених країнах світу, відзначаючись особливими моделями, такими як азійська, американська та європейська. Проте для України, в якій тільки відбувається становлення креативного сектору економіки та формування відповідної національної моделі, питання розбудови цього сектору є надзвичайно важливим і актуальним.

Мета роботи полягає у проведенні всебічного аналізу розвитку креативного сектору глобальної економіки та визначенні шляхів його подальшого вдосконалення та обґрунтування на цій основі напрямів ефективного розбудови креативного сектору національної економіки.

Згідно з поставленою метою, були визначені такі завдання дослідження:

- дослідити теоретичні концепції становлення креативної економіки
- визначити передумови формування та розвитку креативного сектору глобальної економіки;
- визначити особливості функціонування креативних індустрій в країнах світу;
- дослідити масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки;
- провести оцінку ефективності функціонування креативних індустрій глобальної економіки;
- охарактеризувати сучасний стан розвитку креативної економіки України;

- встановити проблеми сфери та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки;
- визначити напрями розбудови креативного сектору економіки України в умовах глобалізації.

Об'єктом дослідження є існуючі процеси розвитку креативного сектору глобальної економіки.

Предметом дослідження є умови, чинники та механізми функціонування креативного сектору економіки України.

Методологічна база дослідження. Основу дослідження формують різноманітні методи, такі як логічно-структурний підхід, історико-еволюційний аналіз, системний та порівняльний аналіз, вивчення причинно-наслідкових зв'язків, спостереження, порівняння та угруповання. Крім того, використовуються індуктивний та дедуктивний методи наукового пізнання.

Отримані результати мають теоретичне, методичне та практичне значення. Практичний аспект дослідження виявляється в оцінці реальних економічних процесів та явищ, а також у розробці практичних рекомендацій. Значну увагу приділено дослідженню функціонування креативного сектору глобальної економіки та її впливу на розвиток креативних індустрій в Україні.

Теоретичні висновки та рекомендації можуть бути використані при розробці стратегічних програмних документів державних органів. Зокрема, вони можуть стати корисними у повоєнній розбудові «креативних індустрій» України та їх подальшої інтеграції до креативного сектору глобальної економіки.

Інформаційною базою дослідження є офіційні звіти міжнародних організацій, таких як СОТ, ОЕСР, Євростат, Конференція ООН з торгівлі та розвитку, а також дані від рейтингових агентств і дослідницьких інститутів та інші. До того ж, використовуються наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених з проблематики розвитку креативної економіки, а також офіційні веб-сторінки міжнародних організацій та інституцій.

Структура роботи включає вступ, три розділи, а також список використаних джерел та додатки.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.

1.1 Теоретичні концепції становлення креативної економіки

У другій половині XX століття, в умовах нових трансформаційних перетворень та становлення економіки, що ґрунтується на знаннях, ключовим елементом економічного росту та забезпечення ефективного розвитку у глобальному масштабі стає людина. За твердженням переважної більшості науковців саме людина виступає як носій знань, ідей, кваліфікації, досвіду та інформації що забезпечує формування конкурентних переваг суб'єктів господарювання у світовій економіці. Очевидним стає і значний вплив різноманітних неекономічних чинників, таких як людські цінності, свідомість, особливо її культурний аспект, мотиви, поведінка, креативність, на економічний розвиток та матеріальні умови існування. Усе це забезпечило підґрунтя для формування цілої низки наукових досліджень та розробок що базувалися на висвітленні питань сталості, можливостей на взаємодії між інноваціями, технологіями та креативністю для розвитку національних та глобальних економік у майбутньому

Це обумовило виникнення та дослідження економіки знань, креативних індустрій, ринку креативного класу у сучасному світі та інших феноменів які у цілому притаманні креативній економіці. У сучасному розумінні креативність – є широкомасштабною та постійною діяльністю, що ґрунтується на загальних здібностях та включає в себе досвід і компетентності, спрямовані на досягнення економічних та інших переваг. [5, с.52].

Аналіз наукової літератури свідчить про різноманітність поглядів науковців на тлумачення сутності поняття "креативна економіка" На їх думку креативну

економіку можна розуміти "інноваційну", "постіндустріальну", "творчо-дивергентну", "сервісно-інтенсивну" (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Погляди науковців на сутність поняття «креативна економіка»

Автори	Основні ідеї
Джон Хокінс	Традиційна економіка застаріла, на зміну їй повинна прийти креативна. Чим швидше світ перебудується, тим безпечніше вихід з масштабної кризи
Річард Флорида	Креативність - головне джерело соціально-економічного зростання і формування нового креативного класу
Рагнар Сіл	Нове покоління креативних людей прагне бути щасливим і зробити світ навколо себе інтуїтивно зрозумілим. У цьому сенсі креативна економіка є економікою майбутнього
Пол Ромеро	Креативність має комплексний, багатоаспектний характер і не обмежується тільки техніко-технологічними інноваціями або новими бізнес-моделями. Вона має на увазі широкомасштабні своєрідний тип мислення і модель поведінки, які потрібно і можливо виховувати як з раннього віку у окремих індивідів, так і комплексно - в соціальному середовищі, де живуть люди

Джерело: складено автором на основі [4,17,42]

Аналіз економічної літератури відзначає що основі концепції "креативної економіки", що з'явилася на зламі 1980-х років, і сам термін був введений у наукове вживання журналом Діловий тиждень (Business Week) у 2000 році, лежить створення економіки, заснованої на знаннях, інтелектуальному капіталі та теорії креативного класу. Основними рисами цієї концепції є висока роль новітніх технологій і винаходів у різних сферах людської діяльності, значний обсяг наявних знань і гостра потреба в генерації нових ідей. Важливими компонентами стають знання, освіта, винахідливість, реалізація талантів та здатність творити, що стає важливим умовою стрімкого розвитку нової економіки і формує основу для розвитку секторів креативної економіки, заснованої на інтелектуальній діяльності.

Як вже було зазначено поняття "креативна економіка" було вперше представлено у 2000 року у статті Пітера Койя "Креативна економіка (Спеціальний подвійний випуск: Корпорація 21 століття)" опублікованій журналом Діловий тиждень. Автор розглядає, які виклики стоять перед корпораціями у 21 столітті та

як вони адаптуватимуться до нових умов економіки, де ідеї набувають все більшого значення, а інтелектуальні ресурси стають ключовим засобом виробництва.

Креативна економіка неможлива без креативного суспільства. У розвитку цього суспільства ключову роль відіграють новаторські ідеї та інновації, а об'єктами його впливу стають різні сфери, такі як економіка, наука, техніка, політика, соціальна сфера, регіональний розвиток, галузі, підприємства, товари, технології, освіта, культура, мистецтво, спорт тощо. Досвід розвинених країн, таких як США, Японія, Швеція, Німеччина, підтверджує, що основними ознаками креативного суспільства є наявність креативного класу, систематичне інвестування в інновації, зростання віддачі від витрат на інновації, збільшення кількості фахівців у сферах творчої діяльності, розвиток венчурного капіталу та інноваційних інфраструктур [3, с.12].

Факторами росту креативної економіки є людський потенціал, внутрішній попит, інновації та інвестиції. Для забезпечення ефективного креативного, інвестиційного, виробничого та соціального управління необхідні ефективні системи. Крім того, зовнішній попит також впливає на розвиток цієї економічної системи.

Ознаками креативної економіки є постійний інноваційний розвиток, важлива роль людського капіталу у прогресі країни, інвестиції в нові товари, послуги, технології та людський капітал, висока частка наукомісткої продукції в ВВП, конкуренція на основі інновацій, спеціалізація та співпраця в інноваційній сфері між різними економічними суб'єктами, а також створення комплексів виробництва із міжгалузевим та глобальним характером. Важливими також є висока наукоємність виробництва та високий рівень професійної підготовки працівників, а також захист об'єктів інтелектуальної власності [10, 24].

Аналіз економічної літератури дозволяє стверджувати що саме починаючи з кінця 1980-х років, особлива увага була приділена дослідженню розвитку креативності. До того часу основними темами наукових обговорень соціального розвитку були культура, мистецтво, культурні ресурси, культурні галузі та індустрія культури. Розкриття потенціалу креативності вимагало певного часу. За

твердженням переважної більшості науковців зміни в імпульсі досліджень креативності почали відбуватися швидко через глобальні торговельні трансформації. Нові інформаційні технології та концепція "нової економіки", яка виникла в інтернет-просторі та ґрунтувалася на інтелекті, сприяли цим змінам. Додана вартість цієї економіки породжувалась ідеями, які перетворювались на інновації, винаходи та авторські права. Таким чином, враховуючи багатогранність даного наукового пізнання багато вчених та наукових шкіл займалися дослідженням креативної економіки [19]. Тому до дослідників креативної економіки можна віднести широкий спектр науковців які в своїх концепціях і теоріях заклали міну базу феномену креативності саме в економічному контексті її розуміння. Деякі з найвідоміших імен у цій галузі включають:

- Річарда Флоріда - американського економіста, автора концепції "креативного класу" та книги "The Rise of the Creative Class". Він вивчав роль творчості та інновацій у розвитку міст і регіонів.
- Джона Хауке - британського економіста, який також вніс важливий внесок у розвиток ідей про креативну економіку. Його праці включають аналіз зв'язку між творчістю, інноваціями та економічним розвитком.
- Пітера Друкера - австрійського економіста і філософа-економіста, відомого своїми концепціями управління та інновацій. Він підкреслював важливість творчості та підприємництва для успішного господарювання.
- Деніела Пінка – дослідника-психолога, автора книги "Креативний вибух", де він розглядає фактори, які стимулюють творчість та інновації в різних сферах життя.
- Террі Лавлока та Джона Ловетта - британських економістів, які розробили концепцію "креативних індустрій". Вони вивчали взаємодію мистецтва, дизайну, медіа та інших галузей, що сприяють розвитку креативної економіки.
- Брайана Артурса - американського економіста, автора книги "The Nature of Technology", яка розглядає технології як вираз еволюційних процесів, що сприяють інноваціям у суспільстві.

- Еріка фон Хіппеля - американського економіста, відомого своїми дослідженнями в області інновацій та творчості. Він вивчає, як інновації виникають від індивідів та підприємців.
- Дейвіда Томпсона - британського економіста, який вивчав зв'язок між інноваціями, технологічним розвитком та економічною ефективністю.

Усі ці вчені внесли значний внесок у розуміння ролі креативності у сучасній економіці та суспільстві. Загалом базові підвалини концепції креативної економіки хоча вперше і були сформульовано у 1960-х роках, її основний розвиток припав на 2000-ні роки. Так у 2001 році британський дослідник, член Консультативної ради з креативної економіки ООН Джон Хокінс, вперше у своїй науковій праці "Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях" системно описав креативну економіку [36]. У своєму дослідженні Джон Хокінс представив креативну економіку як хвилю, що охопила Сполучені штати Америки, і визначає її як "створення цінності завдяки ідеям". Науковець пояснює, що "створення цінності завдяки ідеям" представляє собою "економічну діяльність суспільства, що генерує ідеї, а не лише звичайні речі". Британський дослідник застосовує термін "креативна економіка" до 15 різних галузей, включаючи мистецтво, науку і технології. За його експертною оцінкою, ємність креативної економіки у 2000 році становила 2,2 трлн.дол.США, з річним приростом приблизно 5% [11, 36]. Загалом представлена Джоном Хокінсом класифікація креативної економіки, галузей та інше, охоплює не лише товари і послуги культурного характеру, але й наприклад ігри, дитячі іграшки, а також практично-наукові напрями досліджень і розробок.

При цьому, як вже було зазначено раніше, піонерними дослідниками, які вивчали креативну економіку, є американський економіст Річард Флоріда та британський урбаніст Чарльз Лендрі, які розглядали креативність як імператив успішного розвитку «нової економіки» і внесли вагомий вклад у теорію креативності [13].

Загалом розвиток креативної економіки можна розглядати як процес, який визначається взаємодією між інноваціями, технологіями, культурою та бізнесом. Усе це обумовлює широкий теоретичних концепцій що лежать в основі

становлення креативної економіки. В даних концепціях і теоріях науковці спробували пояснити становлення і спрогнозувати розвиток креативної економіки. Аналіз наукових досліджень дозволяє констатувати що становлення креативної економіки визначається взаємодією низку концепцій та реалізацією стратегій, спрямованих на стимулювання творчого потенціалу суспільства, інновацій та розвитку креативних галузей. На нашу думку до основного теоретичного базису креативної економіки слід віднести наступні теорії: креативних індустрій; інновацій та творчого руйнування; ринку креативного класу; креативного регіону; когнітивного капіталу; креативного ринку; довкілля, інновацій та креативності; відкритого інноваційного процесу; економіки знань; ефекту мережі; гнучкої спеціалізації; концепція «трикутника знань» та інші.

Так **теорія "креативних індустрій"** розроблена Бріаном Артуром і Девідом Полкоком. Ця теорія визначає креативні індустрії як ті, що поєднують технічний та творчий потенціал. Сюди входять медіа, дизайн, архітектура, музика та інші сектори, які сприяють розвитку креативності; **теорія "ринку креативного класу"** [3]. Річард Флоріда висунув ідею, що розвиток креативної економіки пов'язаний з притяганням і утриманням "креативної класи" - фахівців з високим інтелектуальним потенціалом. Він стверджує, що ця класифікація людей сприяє інноваціям та розвитку економіки; **теорія "креативного регіону"**. Ця теорія вказує на те, що розвиток креативної економіки може залежати від особливостей конкретних регіонів. Такі фактори, як культурна спадщина, освіта та існуючі промислові структури, можуть визначати, наскільки успішно відбудеться перехід до креативної економіки; **теорія інновацій**. Джозеф Алоїз Шумпетер вводить термін "творчий руйнівник" для опису підприємницького процесу створення нових ідей та технологій. Визначається ключова роль інновацій у стимулюванні економічного зростання та конкурентоспроможності; **теорія "когнітивного капіталу" або когнітивна модель розвитку людського капіталу** [3]. Ця теорія підкреслює важливість когнітивного капіталу (інтелектуальних ресурсів) у розвитку креативної економіки. Освічені та творчі люди виступають як ключові драйвери інновацій та розвитку; **теорія "креативного ринку"**. Ця теорія розглядає

ринкові аспекти креативної економіки, визначаючи стратегії виробників та споживачів в умовах швидко змінюючогося середовища; **теорія "довкілля, інновації та креативність"**. Ця теорія підкреслює важливість довкілля для розвитку креативної економіки. Згідно з цією концепцією, створення стимулюючого та сприятливого довкілля сприяє зростанню інновацій та розвитку креативності серед підприємств та індивідів; **теорія "відкритого інноваційного процесу"**. Генрі Чесбро визначав що розвиток креативної економіки може бути пов'язаний із здатністю організацій і компаній до взаємодії та обміну інновацій. Теорія відкритого інноваційного процесу вказує на важливість взаємодії між різними організаціями, дослідницькими установами та підприємствами для створення новаторських продуктів і послуг; **теорія "економіки знань"**. Зростання креативної економіки часто пов'язане з переходом до економіки знань, де основний акцент робиться на генерації, поширенні та використанні знань. Це включає в себе інтенсивніші процеси навчання, дослідження та розвитку; **теорія "ефекту мережі"**. В цьому контексті важливо визнати роль мережових взаємодій між різними гравцями в креативній економіці. Взаємодія між компаніями, галузями, університетами та іншими установами може створювати синергію та сприяти інноваціям; **теорія "гнучкої спеціалізації"**. Зацікавленість в швидкій зміні технологій і сталий розвиток ринків змушують підприємства до гнучкої спеціалізації, що полягає в здатності швидко адаптуватися до нових умов і вимог ринку; **концепція трикутника знань (The Knowledge Triangle)**. Ця концепція включає три основні компоненти - освіту, дослідження та інновації. Вона визначає, що креативна економіка розвивається та процвітає, коли відбувається ефективний обмін інформацією між цими трьома секторами.

Усі вищезазначені теорії у більшості випадків взаємодіють та доповнюють одна одну, а їх застосування може варіюватися залежно від конкретних умов кожної індустрії, регіону чи країни. Разом з тим слід зауважити що це не означає, що креативність сама по собі є «безцінним джерелом» або вихідним компонентом виробничого процесу що виключно лежить в основі розвитку глобальної економіки. Це лише свідчить про те, що кількість концепцій та ідей, що виникають

на основі сучасної технологічної зрілості та накопиченого суспільством знання, є необмеженою. Крім того, існують широкі верстви споживачів вже у глобальному масштабі, які можуть використовувати нові (так звані) інноваційно-креативні продукти. На нашу думку нові теорії глобалізації мають врахувати цей феномен креативності, оскільки розвиток креативної економіки передбачає використання як обмежених, так і необмежених ресурсів.

Разом з тим, аналізуючи вищезазначені теорії та концепції можна зробити висновок що креативна економіка - це концепція, яка акцентує увагу на ролі творчості, інновацій та інтелектуальної власності в економічному розвитку. Як дефініцію креативну економіку слід трактувати як сукупність галузей, що базуються на творчості, інтелектуальних власностях та інноваціях [3,16, 35]. Вона охоплює сектори, де ідеї, знання та естетика грають ключову роль у створенні економічної вартості. Сюди входять медіа, дизайн, музика, ігри, архітектура, реклама, та інші сфери, що активно використовують творчість та інновації. Про визначну роль креативної економіки у сучасній системі світогосподарського розвитку свідчить і той факт що ще у 2008 році на Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку було офіційно узгоджено термінологію та концепцію «креативної економіки» [29, 37]. За визначенням ЮНКТАД "креативна економіка" трактується як концепція, яка розвивається і ґрунтується на взаємодії людської творчості, ідей, інтелектуальної власності, знань та технологій [29, 37]. Це у повній мірі відповідає думці переважної низки науковців які виокремлюють чотири види креативності а саме: наукову, культурну, економічну, технологічну (див. рис. 1.1). Наукова креативність полягає у можливості проведення досліджень і отримання наукової новизни. Під культурною креативністю розуміється здатність використовувати уяву для створення оригінальних ідей і нових способів інтерпретації світу, вираженого у тексті, звуках і зображеннях. Під економічною креативністю визначається динамічний процес, що призводить до інновацій у технологіях, практиці ділових відносин, маркетингу тощо, і вона тісно пов'язана з отриманням конкурентних переваг. Технологічна креативність, на їх думку, представляє собою поєднання інших видів креативності. [15]

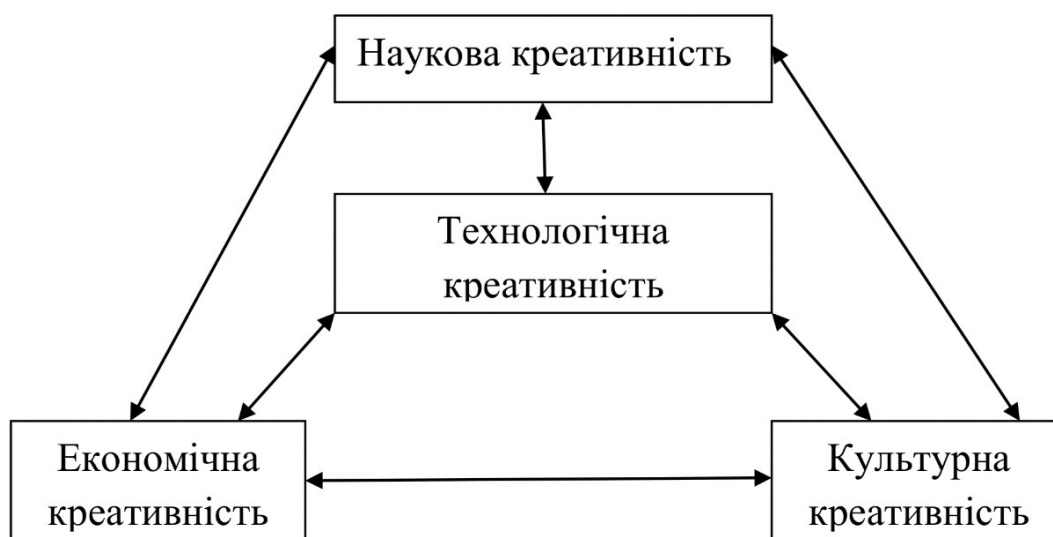


Рис.1.1 Чотири види креативності: наукова, культурна, економічна, технологічна.

Джерело: [15, 20, 32]

На конференції було чітко наголошено що "креативна економіка" за своєю сутністю є економічною діяльністю, що побудована на знаннях, які є основою для розвитку так званих "креативних індустрій" як окремих . Загалом слід відмітити той факт що саме діяльність ЮНКТАД стала каталізатором для більшості країн світу та наукових інституцій у вивченні креативної економіки [29].

Можна представити креативну економіку як взаємодію різноманітних елементів, основою яких є творці креативного вмісту, оточені сферами, де творчість відіграє менш відчутну та видиму роль (див. рис.1.2).

Виходячи із зазначеного вище рисунку та наробками вчених і практиків можна впевнено стверджувати, що креативна економіка покладає свою основу на інноваційних та творчих ідеях, які впроваджуються в існуючі культурні галузі за допомогою креативних розробок та інших важливих компонентів. Іншими словами, креативна економіка взаємодіє з усією економічною системою, включаючи не лише креативні розробки та наукові дослідження, але й культурні індустрії та виробників креативного контенту, в тому числі й ті сфери, які можуть здаватися абсолютно не творчими.



Рис.1.1. – Складові креативної економіки

Джерело: складено автором на основі [8, 44]

У даному контексті важливим є визначення основних принципи функціонування креативної економіки. Можна погодитись із думкою переважної більшості науковців що дані принципи визначаються фокусом на творчості, інноваціях та використанні інтелектуального потенціалу для стимулювання економічного зростання. На нашу думку до основних принципи функціонування креативної економіки слід віднести [39, 64]:

- Визнання того, що творчість, інтелектуальна власність та інновації є ключовими ресурсами для економічного розвитку.
- Створення умов для розвитку та підтримки творчого процесу в різних сферах життя, включаючи освіту, науку, мистецтво, бізнес тощо.
- Стимулювання гнучкості та інновацій в економічних процесах та бізнес-моделях.
- Сприяння формуванню кластерів та співпраці між підприємствами, що працюють у схожих або взаємодіючих галузях.

- Підтримка та розвиток людського капіталу, спрямованого на розвиток талантів, творчості та навичок, які необхідні для сучасного ринку праці.
- Акцент на знаннях, інтелектуальних ресурсах та інформації як ключових драйверах економічного успіху.
- Залучення громадян до процесу творчого прийняття рішень та створення умов для їхньої участі у творчому економічному процесі .

Ці принципи, на нашу думку, відображають підхід, спрямований на стимулювання інновацій, розвиток творчого потенціалу та підтримку талантів для досягнення сталого економічного зростання. При цьому слід підкреслити, що вплив креативної економіки на культуру і суспільство постійно зростає. У період стрімкої глобалізації багато країн розуміють, що поєднання культурних і комерційних аспектів наприклад у сфері «креативних індустрій» є ефективним засобом формування унікального статусу та «бачення» країни або міста, допомагаючи їм вирізнитися серед конкурентів [33].

1.2 Передумови формування та розвитку креативного сектору глобальної економіки

У 20-21 столітті поява нових форм капіталу, таких як інтелектуальний, людський, соціальний, пов'язана з еволюцією ролі людини у соціально-економічних процесах. Науковці і практики почали визначати освіту, науку і творчість, як джерела інновацій та механізми економічного зростання. Вони, на їх думку, становлять фундамент прогресу і основу успішного майбутнього глобальної економіки. У свою чергу подальші дослідження людського капіталу у першій половині 21 століття призвели до формулювання теорії креативного класу. Ці дослідження підкреслили, що для ефективної реалізації спільних проектів та ідей у суспільстві необхідні не лише спільна мета та цінності, але й наявність творчих здібностей, креативного способу мислення, моральних цінностей, культури праці,

а також потреба в генерації нових знань та інновацій [7,10]. Усе це створило підвалини до становлення та розвитку креативного сектору глобальної економіки.

Сучасна економіка неперервно змінюється, і ключову роль у цьому процесі відіграє креативний сектор. Зростання конкуренції, швидкі технологічні зміни та постійне прагнення до інновацій ставлять питання розвитку креативності в центр сучасного економічного простору [7]. Загалом, формування та розвиток креативного сектору глобальної економіки є багатограним процесом, що вимагає

взаємодії різних суб'єктів: влади, бізнесу, освітніх установ та громадськості. За твердженням вчених, збалансованість та спрямованість усіх цих напрямків може стати важливим кроком у забезпеченні сталого та інноваційного економічного розвитку світового господарства.

Як свідчить останні тенденції розвитку світового господарства креативний сектор стає ключовим елементом сучасної глобальної економіки, який не лише додає значну вартість, але й визначає культурні та інноваційні тенденції суспільства. Формування креативного сектору в економіці ґрунтується на кількох ключових передумовах, які сприяють розвитку інновацій, технологічного прогресу та підвищенню конкурентоспроможності країн. Проведене дослідження дає змогу визначити основні а саме:

1. Глобалізація та інформаційна революція. Однією з ключових передумов розвитку креативного сектору є глобалізація економіки та інформаційна революція. Зростання доступності інформації та миттєвий обмін нею створюють унікальні можливості для розвитку нових ідей, технологій та креативних вирішень. Креативні люди та компанії можуть легко отримувати інспірацію та співпрацювати, незалежно від їхнього місця розташування [2, 11, 30].

2. Зростання глобального попиту на креативні продукти та послуги. Споживачі сучасності все більше цінують унікальність та індивідуальний підхід. Це відображається в зростанні глобального попиту на креативні продукти та послуги. Компанії, які здатні інноваційно діяти та створювати щось нове, отримують глобальні конкурентні переваги. Цей попит стимулює розвиток

глобального креативного сектору, а також викликає появу нових галузей і напрямків у світовому господарстві.

3. Зростання ролі освіти та розвитку творчих навичок. Сприяння розвитку креативного сектору вимагає відповідного рівня освіти та розвитку творчих навичок у населення. Сучасний світ вимагає від людей здатності гнучко мислити, шукати нестандартні рішення та пристосовуватися до змін. Уряди та бізнес-структури повинні активно інвестувати у розвиток освіти, щоб надати населенню необхідні інструменти для творчого самовираження та професійного зростання.

4. Сприяння інноваціям та дослідженням. Державні та приватні ініціативи, спрямовані на підтримку інновацій та досліджень, грають важливу роль у розвитку креативного сектору. Забезпечення доступу до фінансування для креативних проєктів, створення інкубаторів та науково-дослідницьких центрів сприяє зростанню кількості ідей, які можуть виходити на ринок.

5. Технологічний прогрес та цифрова трансформація. Технологічний прогрес і цифрова трансформація відіграють ключову роль у створенні та розвитку креативного сектору. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність та блокчейн, дозволяє створювати новаторські продукти та послуги. Це розширює можливості творчого вираження та відкриває нові шляхи для співпраці між галузями, що раніше були неможливими [8, 11].

6. Розвиток творчої інфраструктури. Створення сприятливого середовища для креативності передбачає розвиток творчої інфраструктури. Це включає у себе мистецькі центри, коворкінги, стартап-інкубатори та інші простори, де творчі індивіди можуть обмінюватися ідеями та співпрацювати. Також важливо підтримувати мистецьку та технічну освіту, щоб створити платформу для розвитку талантів.

7. Сприяння культурному різноманіттю. Культурне різноманіття виступає ключовим чинником креативності. Різноманіття поглядів, досвіду та культурних впливів створює унікальний ґрунт для творчості. Заохочення різноманітності в робочих колективах та підтримка культурних ініціатив сприяють формуванню креативного середовища.

8. Залучення громадськості та громадянського суспільства. Громадськість відіграє важливу роль у формуванні креативного сектору. Залучення громадськості до розробки та підтримки творчих ініціатив сприяє взаємодії між громадянами, бізнесом та владою. Колективна творчість може призводити до виникнення ідей, які враховують потреби широкого загалу.

Тобто можна зробити висновок що передумови формування та розвитку креативного сектору глобальної економіки пов'язані з глобалізацією, змінами в попиті споживачів, розвитком освіти та підтримкою інновацій. Важливо розуміти, що креативність - це не тільки сфера мистецтва, але і ключовий чинник успіху у всіх галузях економіки.

Разом з тим не можливо оминати і те що в більшості економічних досліджень виникнення креативної економіки зумовлене такими об'єктивними факторами, як:

- перетворення наукових досягнень у безпосередній рушійний потік виробництва та джерело технологічних змін;
- зміни в матеріально-технічній базі всіх галузей економіки;
- глибокі трансформації всіх складових виробництва, включаючи засоби і предмети праці, джерела енергії, технології, організацію виробництва, комунікації, зв'язок і управління;
- підвищення ролі культури та розуміння суті міського розвитку в культурній та економічній різноманітності;
- інтеграція виробництва, зокрема, пов'язаного з цифровою революцією, і суспільства (соціальних мереж), що створює новий канал для масового розповсюдження креативної продукції - інноваційний інструмент для розширення сфери впливу на масового споживача.

У період швидкої глобалізації багато країн визнають, що поєднання культури та торгівлі - потужний засіб створення унікального іміджу країни чи міста, що допомагає їм виділятися серед конкурентів. Креативну економіку часто порівнюють із інформаційною, інноваційною та економікою знань, і це має свої підстави, оскільки вона частково базується на кожній з цих категорій. Вона будується на IT-індустрії, науці, інноваціях, Інтернеті як новій технологічній

інфраструктурі економіки, знаннях та інтелектуальній діяльності. Проте, відмінністю є те, що в креативній економіці основним активом є інтелектуально-креативна людина, що створює інноваційну та конкурентоздатну продукцію, сприяючи динамічному економічному зростанню через розвиток креативних індустрій. Економісти Індонезії визначають її як "нову економічну епоху після аграрної, промислової та інформаційної економік, яка підкреслює роль інформації та креативності, базуючись на ідеях та знаннях як основних факторах виробництва в економічній діяльності" [8, 37].

Аналіз економічної літератури дає змогу виділити наступні ознаки функціонування та розвитку креативної економіки а саме:

- постійний «інноваційний розвиток» суб'єктів господарювання;
- реалізація провідної ролі людського капіталу у сфері інноваційного-трансформаційного розвитку національних господарств;
- безперервне інвестування у нові технології, товари, послуги;
- безупинний розвиток людського потенціалу та його посилення усіх соціально-економічних рівнях;
- забезпечення виробництва великої частки наукомісткої продукції у валовому внутрішньому продукті;
- інтенсифікація конкуренції на основі інновацій вже у глобальному масштабі;
- поглиблення спеціалізації та кооперації у сфері інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів та формування відповідних глобальних мереж;
- постійне удосконалення системи захисту об'єктів інтелектуальної власності.

Таким чином креативну економіку можна додатково охарактеризувати як комплекс економічних видів діяльності, що ґрунтуються на знаннях, творчості, інтелекті, інноваціях та технологіях що мають високий потенціал прибутковості і здатність створювати нові робочі місця [3].

Вона сприяє зростанню валового внутрішнього продукту, стимулює зростання інновацій та конкуренцію в традиційній економічній сфері, підтримує формування знань і талантів у суспільній сфері та ґрунтується на внеску творчості та інтелектуального капіталу для забезпечення сталого розвитку [12].

Можна погодитись із думкою українського дослідника Віктора Галасюка що креативна економіка включає різні аспекти і виміри, такі як економічний, соціальний, культурний і сталий розвиток і є ключовим чинником економічного прогресу різних індустрій, регіонів і країн світу (див. рис. 1.3).



Рис. 1.3 Сучасні виміри креативної економіки

Джерело: [3, 9, 40]

Проведене дослідження дозволяє констатувати що розвиток креативної економіки визначається не лише збільшенням виробництва та обсягів продажів, але й збільшенням ступеня інноваційності та якості продуктів і послуг. Цей процес залежить від створення сприятливого середовища для творчості, розвитку інтелектуальної власності та підтримки новаторських ідей. Таким чином можна зробити висновок що креативна економіка сприяє розвитку суспільства, створюючи нові можливості для творчих індивідів, підтримуючи культурну різноманітність та сприяючи інноваційному мисленню. Крім того, вона може слугувати джерелом формування високопрофесійних (у тому числі інтелектуально-містких) робочих місць та сприяти вирішенню соціальних проблем через творчий підхід до вирішення завдань [7]. Тобто креативний сектор глобальної економіки об'єднує широкий спектр галузей, таких як мистецтво, дизайн, музика, кіно, література, ігри, мода та багато інших. Проведене дослідження дає змогу визначити

деякі ключові аспекти та внесок креативного сектору у розвиток глобальної економіки, а саме [3, 7, 32]:

Економічний внесок.

- Створення робочих місць: Креативний сектор є потужним генератором робочих місць, особливо для творчих і технічних професій. Відомий також як "творча економіка", цей сектор включає в себе велику кількість незалежних та малих підприємств.
- Експорт культурних товарів та послуг: Креативний сектор виробляє продукти і послуги, які можуть бути успішно експортовані. Це може включати музичні записи, фільми, літературні твори, дизайнерську моду, і багато іншого.

Інновації та технології.

- Креативні ІТ-галузі: Високотехнологічні індустрії, такі як виробництво відеоігор, розвиваються в креативному секторі. Інновації у використанні віртуальної реальності, розширеної реальності та інших технологій забезпечують інтенсивне зростання цього сектору.
- Дизайн і технології: Креативний дизайн важливий в розробці продуктів та інтерфейсів користувача, що впливає на інновації у великій кількості галузей, включаючи технологічний сектор.

Культурний обмін.

- Глобальна культурна взаємодія: Креативний сектор виконує ключову роль у глобальному культурному обміні, сприяючи розумінню та поважанню між різними культурами.
- Міжнародна співпраця: Культурні обміни та співпраця в галузі мистецтва, літератури і музики допомагають зміцнювати міжнародні відносини та сприяють розвитку толерантності та взаєморозуміння.

Освіта та розвиток компетенцій і навичок.

- Творча освіта: Розвиток креативного сектору вимагає висококваліфікованих та творчих працівників. Програми з розвитку креативних навичок та творчої

освіти грають важливу роль у підготовці молодих людей до роботи в цьому секторі.

- Безперервне навчання: Швидкі зміни в галузі технологій та трендів вимагають від працівників креативного сектору постійного оновлення своїх знань та навичок через навчання протягом усього життя.

Усе це свідчить про те що розвиток креативного сектору є важливим компонентом сучасної глобальної економіки, який впливає на соціокультурний розвиток суспільства і створює умови для сталого економічного зростання. Тобто у широкому розумінні креативну економіку можна розглядати, як систему, що включає такі компоненти як [11, 21, 26]:

- Постіндустріальна економіка: через збільшення частки сфери послуг, яка виходить на передній план порівняно з сферою виробництва.
- Інформаційна економіка: де інформація (знання, наука) грає важливу роль як фактор виробництва, відіграючи переважну роль над творчою працею.
- Інноваційна економіка: через безперервний потік нововведень, що відповідає динамічно змінюваним потребам і навіть формує їх. Однак основна відмінність креативної економіки від інноваційної полягає в тому, що акцентується на розвитку індустрії інновацій за допомогою креативного сектора економіки як ключового (де креативність виступає як характеристика інновацій).
- Мережева економіка: оскільки взаємодія між носіями "ідеї" в креативній економіці опосередковується широкими мережевими зв'язками на світовому рівні (виникнення Інтернету як нової інфраструктури економіки).
- Економіка знань: де росте значення людського капіталу та інвестицій в освіту і підготовку кадрів.

Проведене дослідження дає змогу визначити основні змістовно-структурні складові/елементи (характеристики) креативної економіки:

- креативні суб'єкти: це соціально-економічні учасники, які розробляють та втілюють ідеї.
- креативні продукти: це об'єкти, які відображають креативний потенціал ідеї.

- креативні технології: це процес об'єднання креативних суб'єктів, їхніх ресурсів та перетворення об'єктів у результаті реалізації креативного потенціалу.
- креативне середовище: це простір, де відбувається створення, концентрація та впровадження креативних ідей і продуктів.
- Інститути і інституції, які організовують та структурують "креативну економіку" [3].

При цьому зміст, структура та функціонал окремих компонентів у концепції «креативної економіки» формують організовану взаємодію між різними суб'єктами економічних відносин: інститутами та інституціями, інститутами та об'єктами, інститутами та суб'єктами, інститутами та технологіями, інститутами та середовищем [11, 18]. Таким чином, можна відзначити еволюцію концепції «креативної економіки» протягом останніх десяти років по різних напрямках. Ця концепція виникла як засіб акцентувати увагу на ролі творчості як ключового елементу сучасного економічного життя, відображаючи ідею, що економічний та культурний розвиток не є відокремленими або непов'язаними явищами, але є складовою частиною більш об'ємного процесу сталого розвитку та глобалізації, в якому економічний і культурний прогрес можуть співіснувати та розвиватися паралельно [5].

Разом з тим визначення того, що входить до складу креативної економіки, все ще перебуває на стадії еволюції. Поняття творчості та креативної економіки поступово розвивається. Визначення креативності будується на взаємодії людської творчості, ідей, інтелектуальної власності, знань та технологій. Креативна економіка охоплює всі галузі, що базуються на творчій діяльності [6]. Концепція креативної економіки тісно пов'язана з "економікою знань" - ключовим фактором внутрішнього зростання через інвестиції в людський капітал.

У різних країнах та міжнародних організаціях існують суттєві відмінності у визначеннях. Наприклад, Міжамериканський банк розвитку (МБР) характеризує креативну економіку як "групу видів діяльності, за допомогою яких ідеї

перетворюються на культурні та творчі товари та послуги, вартість яких захищена або може бути захищена правами інтелектуальної власності" [10, 16].

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури (ЮНЕСКО) приділяє особливу увагу соціальним та економічним аспектам культури, визначеним відповідно до концепцій культурних та суміжних областей та культурного циклу [8].

Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) наголошує на важливості авторського права та класифікує галузі залежно від ступеня залежності їх діяльності від авторського права. ЮНКТАД визначає творчі галузі як цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів та послуг, в яких як основні фактори виробництва використовуються творчі здібності та інтелектуальний капітал [42]. Вони включають різноманітні види діяльності, засновані на знаннях, які виробляють матеріальні товари та нематеріальні інтелектуальні або художні послуги з творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями.

1.3 Особливості функціонування креативних індустрій в країнах світу

Як вже було зазначено у підрозділах 1.1 та 1.2 початок індустрій креативної економіки пов'язаний з зростанням значення інновацій, дизайну та творчості у суспільстві. Зміна сприйняття вартості креативності стала каталізатором переходу від традиційних економічних підходів до нового етапу розвитку.

Можна цілком погодитись із думкою таких науковців як Річарда Флоріда, Джон Хауке, Пітер Друкер що становлення індустрії креативної економіки відзначається значущими трансформаціями у світовому господарстві, де важливим чином змінюється спрямованість та природа економічних процесів [12, 53]. Цей етап розвитку визначається виходом на передній план галузей, які базуються на творчості, інноваціях та інтелектуальних ресурсах. Як факт - замість традиційних виробничих сфер, у центрі глобальної економічної системи опинилися

інтелектуальні зусилля, творчість та інноваційний підхід до бізнесу.

Тобто сам розвиток індустрії креативної економіки свідчить про перехід до більш гнучкої, динамічної економічної системи, де важливу роль відіграє не лише виробництво матеріальних благ, але і творчий потенціал людей та їхнє здатність до інноваційного мислення.

Технологічний прогрес та глобалізація грають важливу роль у стимулюванні росту креативних індустрій. Інтернет, цифрові технології та зростання доступності інформації розширюють можливості для творчих вирішень, що сприяє виникненню нових галузей та розвитку існуючих [22].

Разом з тим, украй важливим є визначення місця креативних індустрій у системі креативної економіки. Так на думку британського економіста Джона Хаузера креативні індустрії визначаються не лише як джерело естетичного задоволення, але й як стратегічний рушій розвитку [7]. Вони втілюють собою високий потенціал для інновацій, створення нових ринків та збагачення економічного ландшафту. Розглядаючи у підрозділі 1.2., підвалини формування креативної економіки її можна представити як систему взаємодіючих компонентів, таких як креативні галузі, креативний простір і креативний клас побачити на рисунку 1.4.

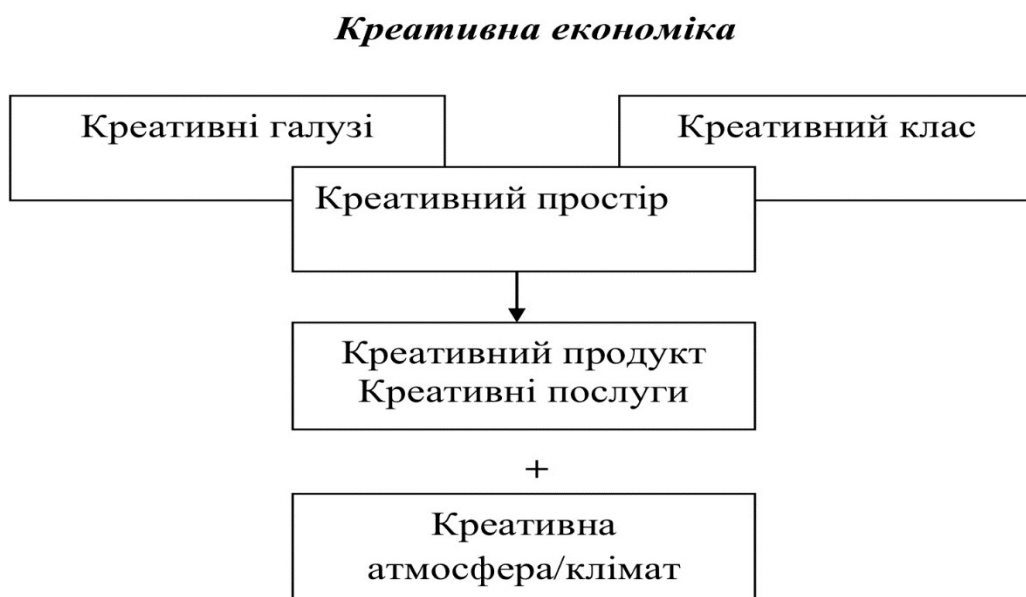


Рис. 1.4 Компоненти і складові креативної економіки
Джерело: [13, 29]

Таким чином можна констатувати що всі ці елементи взаємодіють у системі креативної економіки, де інновації та творчість стають двигунами розвитку. Креативний клас використовує креативний простір для спільної роботи та обміну ідеями, що призводить до створення нових, якісних креативних продуктів [7]. Креативні індустрії, у свою чергу, надають ринок та підтримку для впровадження цих продуктів. Тобто взаємодія між креативними індустріями, креативним простором, креативним класом та креативним продуктом в системі креативної економіки створює динамічний екосистемний підхід, що сприяє постійному інноваційному розвитку [31]. Ця взаємодія визначає успіх креативних галузей та впливає на сучасний спосіб життя та економічний ландшафт.

Узагальнюючи можна цілком об'єктивно стверджувати що, в системі креативної економіки кожен елемент грає важливу роль у створенні та розвитку інновацій, що сприяють економічному росту та підвищенню якості життя.

Першим науковцем, який почав систематично описувати індустрії креативної економіки, був британський економіст та публіцист Джон Хаузер. У своїй видатній праці "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas," опублікованій у 2001 році, Хаузер розглядав роль творчості, інновацій та культурного впливу в сучасній економіці. Він визначив ключові галузі, такі як медіа, дизайн, реклама та інші, які визначалися високим рівнем ідейного внеску та творчості [7, 44].

Хаузер підкреслив важливість розвитку інтелектуальної власності та інновацій для створення економіки, що базується на ідеях і креативності. Його концепція креативної економіки відкрила новий погляд на роль творчості у сучасному суспільстві та економіці, і вона стала основою для подальших досліджень у цьому напрямку.

Важливим елементом концепції Хаузера є ідея того, що креативність може бути джерелом конкурентоспроможності країни або регіону на світовому ринку. Він висловлював думку, що інвестиції у креативні галузі сприяють інноваціям, розвитку технологій та зміцненню культурного впливу [44].

Праці Джона Хаузера збагатили розуміння того, як сучасна економіка переходить до нового етапу, де креативність та інновації стають ключовими

факторами успіху. Його внесок допоміг сформулювати стратегії розвитку креативних галузей та визначити їх роль у формуванні сталої та динамічної економіки.

Разом з тим не слід оминати і той факт що ще у 1998 році Департамент культури, медіа та спорту Великобританії оприлюднив Картографію креативних галузей і перейменував культурні індустрії на креативні [22]. У цьому документі представлено 13 індустрій креативної економіки. Також протягом 1990-х років деякі промислові міста Англії, такі як Ліверпуль, Манчестер, Шефїлд, і Бірмінгем, розпочали розробляти стратегії для розвитку креативних індустрій з метою підтримки актуальності, закріплення своєї унікальної ідентичності та формування нових засад власного економічного розвитку [19, 31].

На сьогоднішній день усі національні економіки світу практично визнають важливість "креативних індустрій". Проте, поступово ці індустрії починають вступати в новий трансформаційно-інтеграційний етап свого розвитку, що охоплює більш обширну категорію - "креативну економіку". Сучасні глобальні, технологічні та соціальні трансформації розширюють область впливу, потенціалу та інтеграції культурних індустрій світового господарства [19]. Як результат, ми маємо «розмивання» меж між окремими галузями та секторами, інструментами та каналами, а також ринками та попитом у глобальній економічній системі. Тобто взаємодія між ідеями, продуктами, послугами, засобами масової інформації та Інтернетом стає все складнішою. Як результат ми маємо зміну акцентів у наукових дослідженнях які поступово переміщується від креативних індустрій до розбудови концепції креативної економіки.

Проведений аналіз наукової літератури дає підстави стверджувати, що поняття «креативної індустрії» виникло близько двадцяти років тому і об'єднує творчий та комерційний аспекти сучасної економічної системи. «Креативні індустрії» відносяться до четвертинного сектору економіки, який базується на створенні та поширенні знань і інформації, а також на виробництві економічно успішних продуктів з культурною цінністю [26].

Термін "креативні індустрії" також описується як сфера, що сприяє творчості. Основна мета цих індустрій - створення і реалізація "творчого продукту". Вони виробляють товари і послуги, включаючи ідеї, які потім слугують ресурсами для інноваційного процесу і інших галузей економіки як у науковому, так і в технологічному плані [33, 49].

Слід зауважити що вчені часто визначають два ключових аспекти креативної індустрії: індивідуальний підхід до створення продукту та важливість нематеріальної складової у його цінності [19]. Проте на практиці дослідники користуються статистичними даними, які відповідають міжнародним стандартам. Таким чином, для визначення галузей, що відносяться до креативних, необхідно спиратися на існуючу систему класифікації професій і підприємств.

Також можна погодитись із думкою більшості зарубіжних та вітчизняних науковців, що креативні індустрії дозволяють досягати кількох цілей, таких як генерація прибутку, створення нових робочих місць та індустрій, сприяння зростанню випуску традиційних видів продукції, модернізація промислових процесів, реструктуризація виробництва, встановлення нових ринків і "м'яких" інфраструктур для культурного туризму, поліпшення промислової сфери та інше [36, 57].

Як показує дослідження, існує широкий спектр "креативні індустрії" у креативній економіці, які можна розширювати та розвивати, що потенційно є вигідним, оскільки торгівля товарами та послугами в цій сфері стає потужною економічною силою, що постійно зростає. Також можна погодитись із думкою таких науковців як Д. Лук'яненко, Г. Дугінець, О. Швиданенко що внесок креативних галузей у валовий внутрішній продукт (ВВП) та частку світової торгівлі, ймовірно, збільшиться, оскільки їх розвиток взаємодіє з цифровою та мережевою економікою, а також електронною комерцією та багатьма новими можливостями, що виникають у сучасній глобальній економічній системі.

Перед тим як поринути у докладніший аналіз класифікацій, необхідно визначити поняття "креативних індустрій". Отже, «креативні індустрії» на нашу думку можна охарактеризувати так [7,15,33]:

- це різновиди економічної діяльності, спрямованої на виробництво та розподіл товарів та послуг, де основними факторами виробництва виступають творчість та інтелектуальний капітал;
- є комплексом діяльності з високим рівнем науковості, орієнтованим на отримання потенційного прибутку від торгівлі та продажу прав на інтелектуальну власність;
- створюють як матеріальні продукти, так і нематеріальні інтелектуальні чи художні послуги з елементами творчості, з економічною цінністю та ринковими цілями;
- перебувають у перетині послуг, ремесел, та промисловості;
- являють собою новий, динамічний сектор у світовій торгівлі.

Аналіз наукових досліджень свідчать що термін "креативні індустрії" часто замінюється різними термінами у різних країнах. У скандинавських країнах (Данія, Швеція, Норвегія, Фінляндія) вони відомі як «індустрії досвіду», «культурні індустрії», творча культура, а також як креативні індустрії [11]. У США використовуються терміни «індустрії розваг та засобів масової інформації», а також індустрії, засновані на авторському праві. У європейських країнах використовуються терміни «креативні та культурні промисловості», які акцентують увагу на культурній спадщині та творчій діяльності, спираючись на місцеві традиції та мистецтво [9]. Незважаючи на відмінності в термінології, існує суттєвий зв'язок та спадкоємність між креативними індустріями та культурними індустріями, такими як виконавське мистецтво та ремесла.

Разом з тим, слід відмітити що одним із помітних недоліків політики креативних індустрій є її фокус на «новому/інноваційному» та прагнення до «радикальних змін», як правило із ігноруванням історичного контексту становлення відповідних секторів економіки. Ця тенденція проявляється саме у зв'язку креативності з економічним розвитком міст та міським плануванням. Введення терміна "креативне місто" було відповіддю на швидкі зміни у світовій економіці та суспільстві. Британський дослідник Чарльз Лендрі, який є одним із авторів концепції «креативного міста», наголошує на необхідності створення

відповідних умов для мислення, планування та дії з урахуванням уяви для вирішення міських проблем. Особлива увага має бути сфокусована на впливі мистецтва та «креативних індустрій» на стимулювання інноваційних процесів у самих міських агломераціях.

На думку Чарльза Лендрі міста мають діяти як творчі полігони, породжуючи потоки як культурних, так і технологічних інновацій. Разом з тим, підкреслює британський дослідник, не всі міста здатні досягти успіху; деякі них можуть будувати так звані «кластери спеціалізованих галузей», які зазвичай пов'язані з локалізацією та природними ресурсами. Переваги таких кластерів полягають у спільній діяльності його учасників, які можуть ефективно взаємодіяти в умовах міжгалузевої взаємодії малих підприємств і досягати успіхів у бізнес діяльності.

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що існує декілька категорій творчих галузей, які входять або майже в усі моделі, такі як музика, кіно, реклама, радіо і телебачення, мода, видавнича справа. При цьому існують галузі, такі як наука та дослідження, спорт, виробництво одягу та взуття, школи мистецтв і зоопарки, які представлені менш «широко» і входять лише в окрему з авторських моделей "креативних індустрій".

Так, як вже було зазначено раніше, до класифікації Дж. Хокінса, включено 15 "креативних індустрій", які групуються в 4 великі блоки: сектор промислові зразки, авторського права, патенти і торгові марки, а також бренди. За цим підходом дослідник вбачає, що економіка знань, інноваційні розробки та досягнення входять до складу «креативної економіки», створюючи (виробляючи) інтелектуальну власність у вигляді патентів, авторських прав, торгових марок і оригінальних розробок..

Д. Тросбі, австралійський вчений, пропонує власну модель, де види мистецтва, такі як музика, балет, театр, візуальні мистецтва, ремесла і література, є її основою. Його модель включає індустрії, де виробляються як художні, так і нехудожні товари і послуги, такі як книговидавництво, журналістика, кіно, радіо і телебачення. Варто відзначити, що він виділяє рекламну справу, архітектурні послуги та туризм в окрему групу. Його колега Дж.О'Конор розглядає креативні

індустрії як об'єкт трансформації, викликаній змінами в політичній, соціальній і економічній сферах, вказуючи на з'яву нового ринку - ринку "соціальних мереж".

Важливо зазначити підхід британського науковця Д. Хесмондхала, який вбачає креативні галузі як результат культурних особливостей і традицій, характерних для європейських країн. Він особливу увагу приділяє масовій культурі, розглядаючи сферу мистецтва як частину соціального і політичного устрою. У даному контексті німецький дослідник П. Лінднер підкреслює, що креативний сектор успішно формується за ефективної взаємодії сфери культури і економіки. За його словами, мистецтво корисне для бізнесу не лише через прямий прибуток, але і через створення атмосфери, сприятливої для креативності.

Міжнародний досвід класифікації креативних індустрій представлено у таблиці. Проведений аналіз дозволив порівняти не тільки складові самої класифікації але і на даній основі визначити особливості функціонування креативних індустрій в країнах світу (див. таблицю 1.2).

Загальноприйнятою класифікацією галузей креативного сектору економіки є модель креативних індустрій Всесвітньої організації інтелектуальної власності, яка базується на розділах промисловості, причетних до створення, виробництва, трансляції та розподілу авторських творів. Значний акцент робиться на інтелектуальній власності як реалізації творчості, яка є необхідною частиною у процесі створення товарів і послуг. В моделі існує розрізнення між індустріями, які прямо здійснюють інтелектуальну власність, та тими, які важливі для передачі продукту чи послуги споживачеві.

На нашу думку найбільш повною є модель креативних індустрій, що була розроблена (представлена) ЮНКТАД. Ця модель відображає всі існуючі наразі креативні галузі та їх особливості.

Міжнародний досвід класифікації креативних індустрій

Креативні індустрії	Країни Європи ³³	Великобританія ³⁴	Індонезія ³⁵	Австралія ³⁶
Архітектура	+	+	+	+
Дизайн інтер'єру	+	+	+	+
Візуальний дизайн комунікації	+	+	+	+
Дизайн продукту	+	+	+	+
Фільм, анімація та відео	+	+	+	
Фотографія	+	+	+	+
Ремесло		+	+	+
Музика	+	+	+	+
Видавнича справа	+	+	+	
Реклама	+	+	+	+
Телебачення і радіо	+	+	+	+
Виконавське мистецтво	+	+	+	+
Образотворче мистецтво	+	+	+	+
Спадщина, архіви та бібліотеки	+	+		+
Музеї	+	+		+
Розробка додатків та ігор	+	+	+	+
Мода			+	
Кулінарія			+	
Освіта (вища освіта; освіта у сфері культури)	+			
Діяльність інших культурних та творчих секторів (оптова торгівля музичними інструментами; оренда ювелірних виробів, музичних інструментів, декорацій та костюмів)	+			+

Джерело: [18, 66]

Її невідомими перевагами є структурованість і зрозумілість (див. рис. 1.5). Об'єктивність даної моделі, на нашу думку полягає у тому, що ЮНКТАД саме і проводить збір та аналітику статистичних даних щодо імпорту та експорту товарів і послуг, вироблених зазначеними креативними індустріями [18].

Наявність великого різноманіття моделей креативних індустрій обумовлює відповідні особливості функціонування даних галузей в країнах світу різняться в залежності від культурних, економічних та історичних контекстів. Так наприклад в США високо розвинуті ринки інтелектуальної власності; США визначаються високим рівнем захисту авторських прав, що сприяє розвитку креативних індустрій. Глобальний вплив мають засоби масової інформації та кіно. Голлівуд та музична індустрія США є глобальними лідерами, що дозволяє їм сильно впливати на світову культуру.

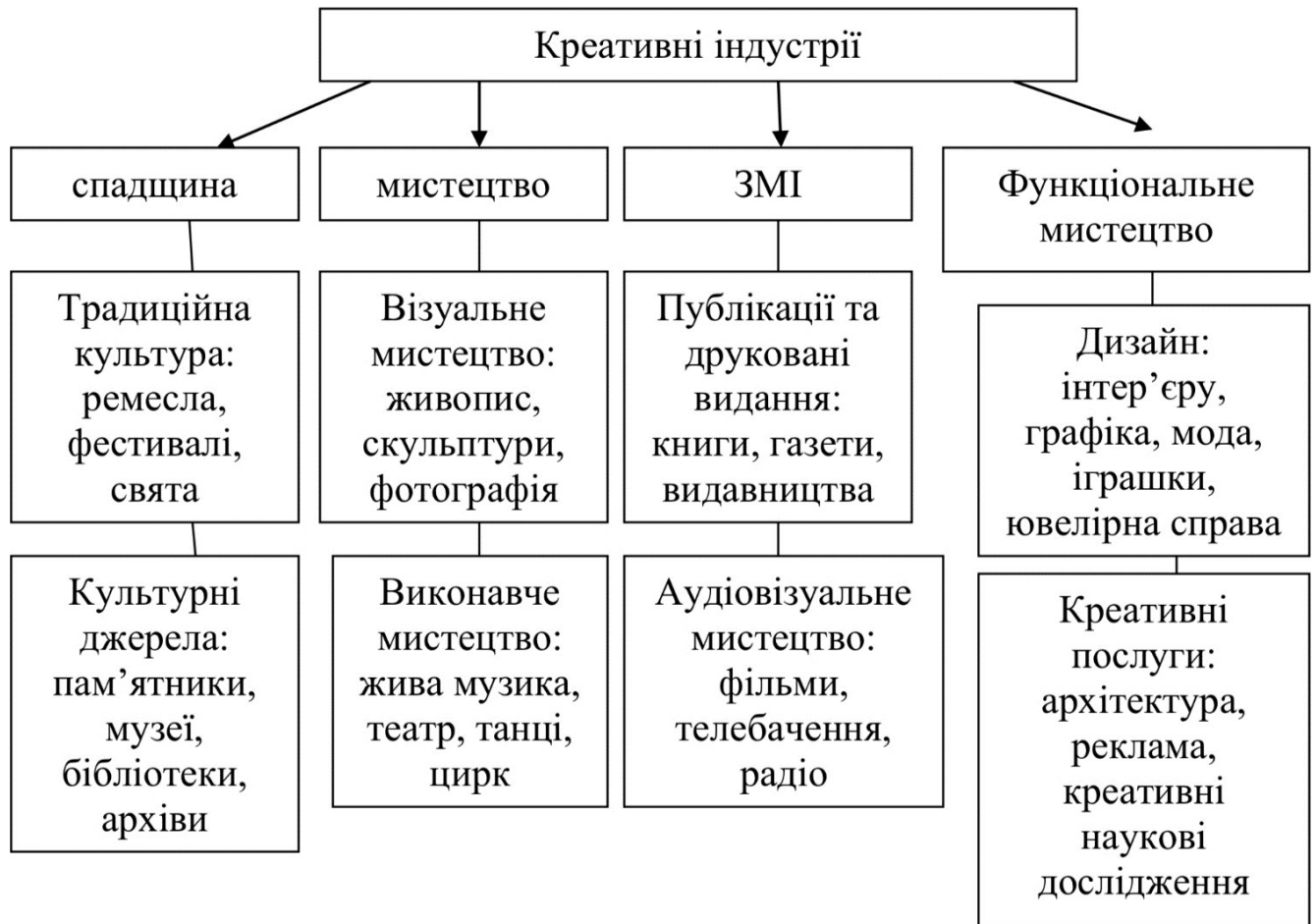


Рис.1.5 Модель креативних індустрій ЮНКТАД.

Джерело: [18,66]

Південна Корея та її технологічний прогрес що безпосередньо впливає на розвиток креативних індустрій. Корея славиться своїми технологічними досягненнями, що впливає на креативні галузі, такі як електроніка, відеоігри та музика (К-поп). У даному контексті слід відмітити такий феномен як корейський культурний експорт. Корейська хвиля (Hallyu) визначається успіхом корейської поп-культури за кордоном, що сприяє росту креативних експортних галузей.

Індія та її міжкультурний вплив не викликає жодних сумнівів у розрізі формування сучасних креативних індустрій. Індійська культура вирізняється багатством традицій та міфів, що надає особливий колорит її креативним індустріям, таким як боллівуд та музика. Також слід відмітити величину та ємність індійського ринку. Завдяки великому населенню й різноманіттю, Індія стає важливим ринком для креативних продуктів та послуг.

На відміну від Індії в Швеції особливості функціонування креативних галузей проявляється у впливі та фокусі на інноваціях їх розвитку. Швеція відома своєю підтримкою та стимулюванням інновацій у культурних галузях, що призводить до виникнення унікальних творчих ідей. Особливо слід підкреслити сприяння усіма шведськими інституціями творчому підходу та формування відповідної креативної атмосфери. Галузі, такі як дизайн та мистецтво, активно підтримуються та розвиваються завдяки акценту на творчості.

Франція - культурна спадщина: Франція активно зберігає та розвиває свою культурну спадщину, включаючи мистецтво, літературу та гастрономію. Це створює особливий обсяг для розвитку креативних галузей. Японія - технологічні ігри: Японія відома своєю високотехнологічною ігровою індустрією, яка об'єднує технології, дизайн та історію в інноваційний спосіб. Бразилія - міжетнічна культура: У Бразилії різноманіття культур і національна самосвідомість сприяють розмаїттю творчих виразів, таких як музика, танець і мистецтво. Китай - цифрові технології: Китай активно використовує цифрові технології для розвитку креативних індустрій, включаючи електронну комерцію, відеоігри та мультимедійні продукти. Нідерланди - творчий клімат: Нідерланди відомі своїм високим рівнем творчості та підтримкою мистецьких та дизайнерських ініціатив, що робить їх важливим центром креативної індустрії в Європі.

Можна зробити висновок що в кожній країні спостерігається власний підхід до розвитку креативних індустрій, але спільними чинниками є технологічний прогрес, підтримка інновацій та глобалізація, що впливають на їх функціонування та впливають на світову культурну карту.

Проведене дослідження також дає змогу виділити п'ять чинників, які будуть впливати на розвиток індустрій креативної економіки (представлено на рис. 1.6).



Рис. 1.6 П'ять чинників, які впливатимуть на розвиток креативних індустрій глобальної економіки.

Джерело: [9, 34]

Таким чином розуміння ролі креативних індустрій в креативній економіці дозволяє ефективно використовувати їхній вплив на соціальний, культурний та економічний розвиток. Це означає не лише сприяння росту економіки через створення нових робочих місць та збільшення обсягів виробництва, але й формування стійких культурних та творчих екосистем.

Креативні індустрії можуть стати катализатором інновацій, а також сприяти розвитку креативного підприємництва. Важливо враховувати, що вони взаємодіють із сферами освіти, науки та технологій, сприяючи переносу знань та створенню умов для зростання творчого потенціалу суспільства.

Підводячи підсумки можна констатувати що креативні індустрії включають широкий спектр секторів, таких як дизайн, музика, кіно, мистецтво, архітектура, веб-розробка, реклама та багато інших. Ось деякі ключові аспекти їхньої ролі в системі креативної економіки:

- **Інновації та Технології:** Креативні індустрії часто виступають лабораторією для впровадження нових технологій і інновацій. Розробка

програмного забезпечення, візуальний дизайн та використання передових технологій у виробництві стають ключовими компонентами креативного простору.

- **Сприяння Економіці знань:** Креативні індустрії активно сприяють розвитку економіки знань. Вони створюють інтелектуальну власність, сприяють освіті та створюють висококваліфіковані робочі місця, що сприяє високому рівню кваліфікації працівників.
- **Творчий Підхід до Бізнесу:** Креативні індустрії сприяють розвитку творчого підходу до бізнесу. Вони надають підприємствам можливість виокремитися через унікальний дизайн, маркетингові стратегії та інноваційний продукт.
- **Глобалізація та Культурний Обмін:** Креативні індустрії допомагають у формуванні глобального культурного простору. Фільми, музика, мистецтво та інші творчі продукти є засобами культурного обміну, що сприяє розумінню та взаємодії між різними культурами.
- **Створення Робочих Місць:** Креативні індустрії є важливим джерелом створення робочих місць. Вони залучають талановитих творчих фахівців та надають можливість розвивати індивідуальний потенціал.
- **Сприяння Туризму та Розвагам:** Креативні індустрії можуть стати ключовим фактором в розвитку туризму та розважальної галузі. Фестивалі, виставки, театральні вистави та інші події приваблюють туристів та сприяють економіці регіону.

Узагальнюючи, креативні індустрії грають важливу роль у створенні інноваційного та культурного середовища, що сприяє зростанню економіки та підвищенню якості життя.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1 Масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки

Масштаби функціонування креативного сектору в глобальній економіці важливі і визначальні для розвитку сучасного світу. Як вже було зазначено раніше, креативний сектор об'єднує широкий спектр індустрій, таких як мистецтво, дизайн, медіа, розваги, технології та багато інших, створюючи значний вплив на економічні та соціокультурні процеси.

По-перше, креативний сектор генерує значний обсяг економічного прибутку. Продукти та послуги, створені в цьому секторі, знаходять свій шлях на ринки всього світу, забезпечуючи прибуток і робочі місця. Креативні індустрії сприяють створенню нових ринків і стимулюють конкуренцію, що сприяє інноваціям та підвищенню якості продуктів і послуг [11].

По-друге, креативний сектор виступає каталізатором культурного обміну. Створюючи та поширюючи мистецькі твори, країни можуть обмінюватися своєю культурною спадщиною та ідентичністю. Це сприяє розумінню та толерантності між різними культурами, що є важливим для гармонійного функціонування сучасного суспільства.

По-третє, креативний сектор стимулює інновації та розвиток нових технологій. Багато інноваційних ідей походять саме з цього сектору, включаючи нові підходи до дизайну, виробництва та реклами. Інновації в креативному секторі можуть мати далекосяжний вплив на інші галузі економіки, сприяючи загальному економічному зростанню [11].

По-четверте, креативний сектор важливий для розвитку глобального бренду країни. Мистецтво, культура і розважальні вироби стають важливою частиною образу країни у світі. Споживачі та інвестори реагують на створені в цьому секторі

твори, що може визначити позитивний імідж країни та збільшити інтерес до неї як до туристичного, культурного та економічного пункту.

По-п'яте, креативний сектор є важливим фактором розвитку людського капіталу. Він сприяє розвитку талантів та навичок у сферах мистецтва, дизайну, технологій та інших галузей. Розвиваючи креативний потенціал нації, суспільство може забезпечити стійкий розвиток і конкурентоспроможність на міжнародній арені.

По-шосте, креативний сектор є важливим чинником створення робочих місць та підтримки підприємництва. Широкий спектр індустрій, які входять у склад креативного сектору, забезпечують простір для підприємницької діяльності. Малі та середні підприємства в галузі мистецтва, дизайну чи медіа можуть створювати інноваційні продукти та послуги, сприяючи економічному зростанню та зниженню безробіття [23].

По-сьоме, креативний сектор впливає на розвиток освіти та навчання. Програми навчання в галузі мистецтва, дизайну та інших творчих сфер допомагають розвивати творчий потенціал молодого покоління. Високий рівень креативності може стати ключовою конкурентною перевагою в сучасному світі, де інновації та оригінальність набувають все більшого значення.

Згідно глобального індексу креативності серед 15 країн-лідерів провідні місця займають Австралія, США, Нова Зеландія, Канада, Данія і Фінляндія. На жаль звіт з Глобального індексу креативності який було черговий раз представлено світовому суспільству у 2015 році Інститутом «Martin Prosperity» при Школі менеджменту Ротман Університету Торонто (під керівництвом Річарда Флориди) був останнім що надавав інформацію з рівня креативності окремих країн світу (див. таблицю 2.1). Як показує проведене дослідження інші методики в більшій мірі орієнтуються на визнання креативності суб'єктів мікрорівня що ніяким чином не знижує їх репрезентативність та змістовність.

Рейтинг 15 країн-лідерів за глобальним індексом креативності, 2015 рік

Країна	Показники рейтингу		
	Технології	Талант	Толерантність
Австралія	7	1	4
США	4	3	11
Нова Зеландія	7	8	3
Канада	13	14	1
Данія	10	6	13
Фінляндія	5	3	20
Швеція	11	8	10
Ісландія	26	2	2
Сінгапур	7	5	23
Нідерланди	20	11	6
Норвегія	18	12	9
Велика Британія	15	20	5
Ірландія	23	21	7
Німеччина	7	28	18
Швейцарія	19	22	17

Джерело: [53]

Загалом, масштаби функціонування креативного сектору глобальної економіки охоплюють різноманітні аспекти від економічних до соціокультурних, від інновацій до освіти. Розвиток цього сектору сприяє створенню збалансованого, конкурентоспроможного та культурно насиченого суспільства. Про це свідчить постійне зростання міжнародної торгівлі творчих товарів у світі.

Так світовий обсяг експорту креативних товарів зріс із 419 мільйонів доларів у 2010 році до 524 мільйонів доларів у 2020 році. У той же період світовий експорт креативних послуг збільшився із 487 мільярдів доларів до майже 1,1 трильйона доларів (див. рис. 2.1) [53]. За останні кілька років стався поділ між експортом креативних товарів та послуг, що пояснюється активним зростанням експорту програмного забезпечення, послуг у галузі досліджень та розробок, а також "дематеріалізацією" деяких креативних товарів.

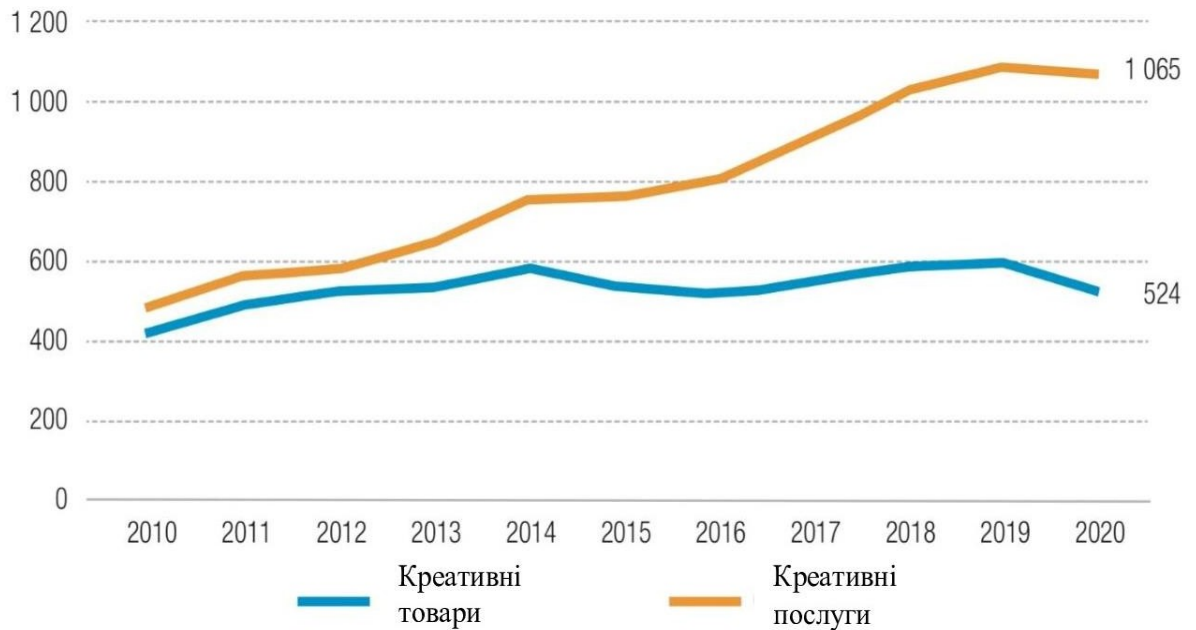


Рис. 2.1 Світовий експорт креативних товарів і послуг, 2010–2020 рр.,
млрд.дол.США.

Джерело: [10, 32]

Під впливом процесу цифровізації деякі товари дедалі більше перетворюються на креативних послуги. Ще одним фактором є покращення статистичного обліку детальних підкатегорій послуг останніми роками. Проведений статистичний аналіз свідчить що експорт креативних товарів в середньому збільшувався на 3,5% щорічно в період від 2006 до 2020 року, що порівняно з середньорічним зростанням загального експорту на рівні 2,4% (див. таблицю 2.2) [10, 32].

Такі результати розвитку окремих секторів глобальної економіки обумовили той факт, що за ініціативою країн, таких як Індонезія, Австралія, Індія, Монголія, Філіппіни, Таїланд та Китай, Генеральна Асамблея ООН провідним чином оголосила 2021 рік "Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку". Загалом за прогнозами всесвітньо відомої корпорації Deloitte, креативна економіка може стати визначальним фактором економічного зростання та досягти 40% зростання до 2030 року.

З 2011 року країни, що розвиваються, збільшують обсяг експорту креативних товарів більшою мірою, ніж розвинені країни. Крім того, понад дві третини світового експорту креативних товарів посідає невелику групу країн.

Середньорічні темпи зростання експорту творчих товарів у період з 2006 по 2020 рік (у %).

Регіон	2006-2010	2011-	2016-	2006-	2020
Економіки, що розвиваються	9,8	4,9	2,0	5,9	-10,6
Розвинені економіки	1,5	0,2	0,3	1,3	-14,9
Найменш розвинені країни	19,5	4,2	38,3	10,1	-2,2
Малі острівні держави, що розвиваються	12,8	-0,6	-29,8	-3,9	-48,5
Світ - креативні товари	5,1	2,7	1,2	3,5	-12,5
Світ - всі товари	3,6	-1,8	2,6	2,4	-7,2

Джерело: [41]

У 2019 році середньорічні доходи креативних індустрій у азіатсько-тихоокеанському регіоні перевищили 743 млрд.дол. США, у європейському регіоні досягли відмітки 709 млрд.дол. США, а у Північній Америці склали – 603 млрд.дол.США (див. рис.2.2) [13, 41].

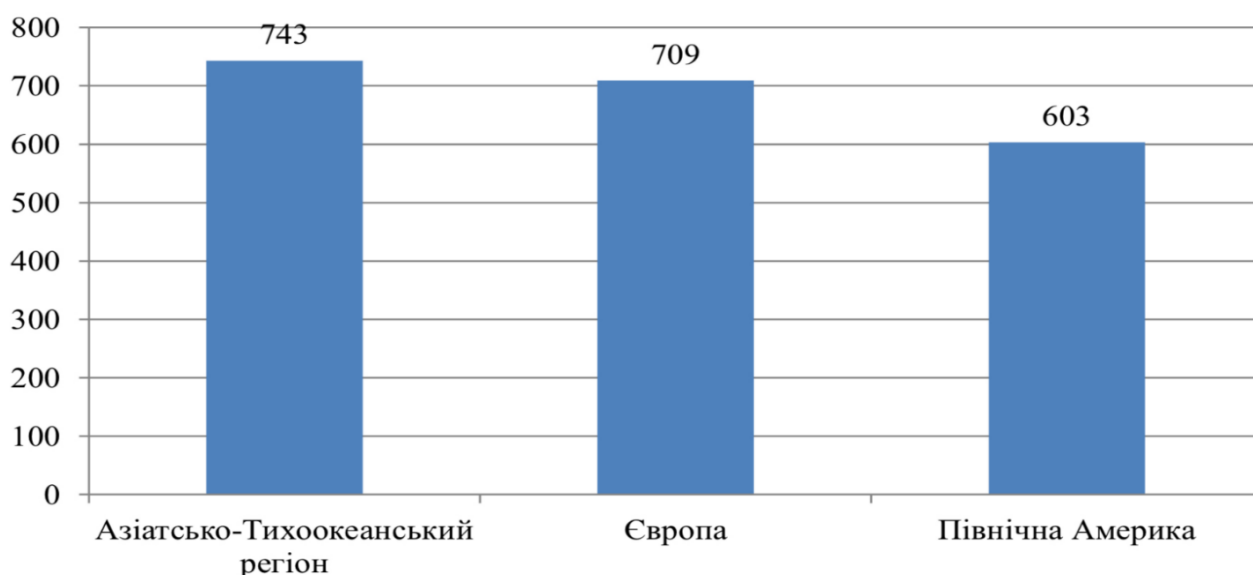


Рис. 2.2 Середньорічні доходи креативних індустрій в 2019 р., млрд.дол.США.

Джерело: [13,41]

ЄС, після Азійсько-Тихоокеанського регіону, представляє собою другий за розміром ринок креативних індустрій у світі. У 2016 році дохід галузей креативної економіки в країнах ЄС склав \$709 млрд, що становить 32% від загального обсягу.

Культурна та креативна економіка ЄС ґрунтується на своїй історії, а сам регіон володіє унікальною концентрацією культурної спадщини та мистецьких інститутів. П'ять із десяти найбільш відвідуваних музеїв розташовані в країнах ЄС-27 (три в Парижі та два в Римі), і 30 із 69 "Творчих міст" ЮНЕСКО є європейськими [33].

На сучасному етапі в ЄС сформовано значний та розгалужений сегмент креативної економіки, а його вага і значення для суспільного розвитку країн ЄС тільки зростає з кожним роком. За період з 2011 по 2018 рік частка галузей креативної економіки у господарській системі ЄС-27 зросла з 6,59% до 7,21%, при цьому враховано лише обсяг створеної доданої вартості (без урахування сектору освіти та інших напрямів, де частка креативної економіки має складати не менше 10%) [33, 40]. Загальний обсяг доданої вартості в галузях креативної економіки країн ЄС-27 збільшився з 668,5 млрд євро до 871,7 млрд євро протягом періоду з 2011 по 2018 рік (дивись рис.2.3) [33].

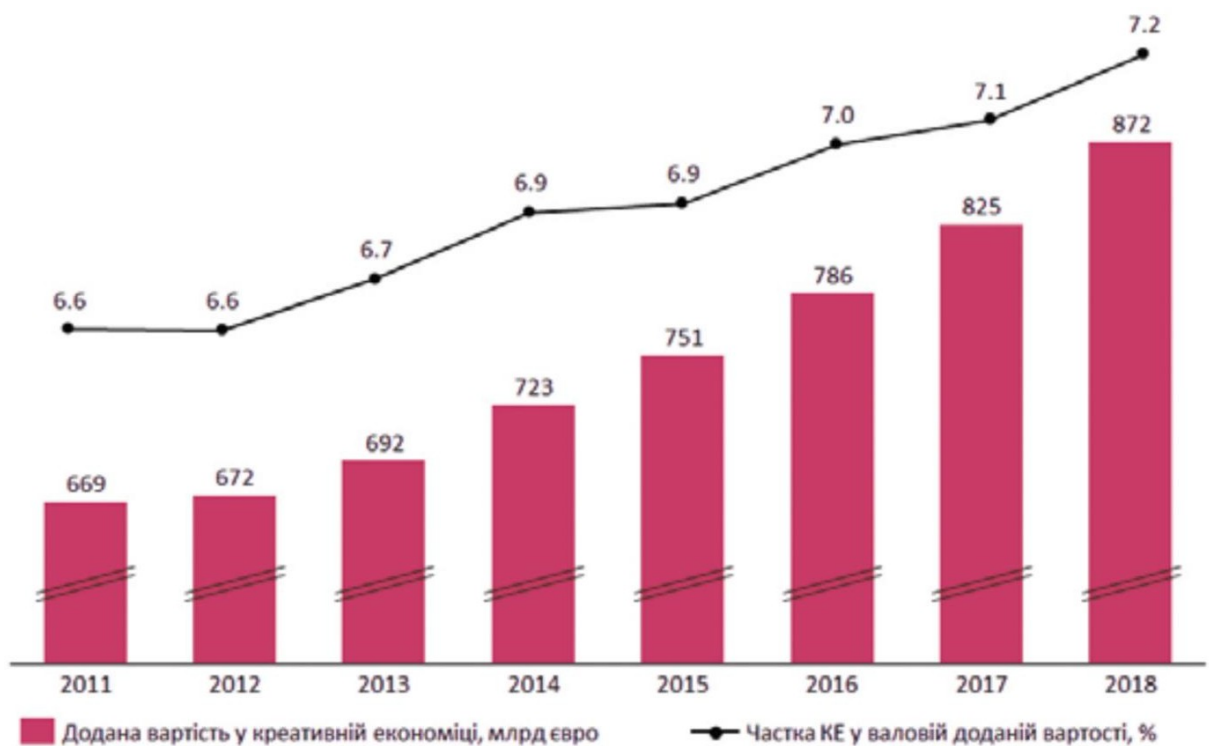


Рис. 2.3 Додана вартість у сегменті креативної економіки ЄС-27, 2011-2018 рр. у млрд євро та %.

Джерело: [33]

Вже у 2020 році лідером з експорту креативних товарів став Китай (169 млрд. доларів США), за яким пішли Сполучені Штати Америки, Італія, Німеччина та Гонконг (Китай) (див. рис 2.4).

За останні два десятиліття обсяг торгівлі креативними товарами у межах країн Південь-Південь збільшився майже вдвічі. У той час як країни з розвинутою економікою здебільшого здійснюють обмін креативними товарами між собою, у 2020 році частка торгівлі креативними товарами по лінії Південь-Південь склала 40,5% від загального обсягу експорту креативних товарів країн, що розвиваються [9, 12]. Це в основному включає експорт виробів з ювелірних металів, предметів інтер'єру, носіїв інформації, товарів моди та іграшок. Розвиток торгівлі Південь-Південь може мати важливе значення для країн, що розвиваються, створюючи нові можливості для торгівлі та диверсифікації експорту.

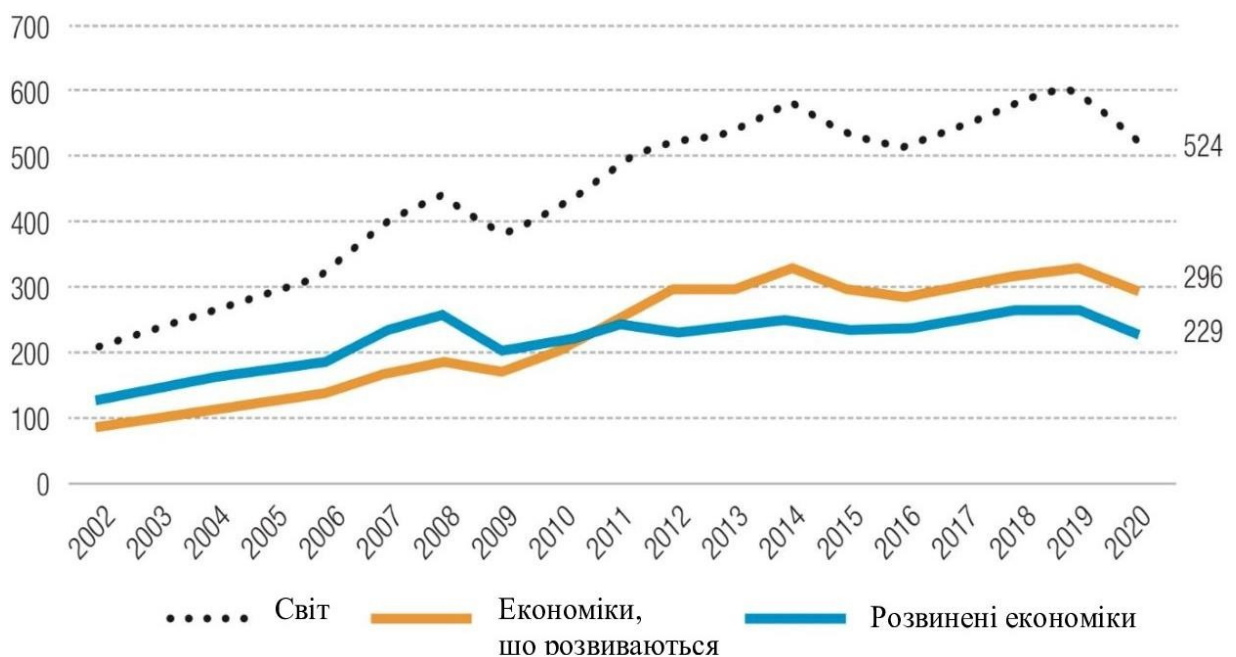


Рис. 2.4 Експорт креативних товарів країнами, що розвиваються, і розвиненими економіками, 2002–2020 рр, млрд.дол.США.

Джерело: [18, 31]

У глобальному масштабі частка всіх креативних товарів у загальному обсязі експорту з 2002 до 2020 року трохи знизилася з 3,2% до 3%. За останні два десятиліття склад експорту креативних товарів суттєво змінився через

технологічний прогрес. Експорт CD, DVD, касет та друкованих матеріалів скоротився, тоді як збільшився експорт записаних носіїв та відеоігор.

У сфері торгівлі креативними товарами домінує дизайнерська продукція, яка у 2020 році становила 62,9% від загального обсягу експорту. Це впливають нові художні ремесла (8%), медіапродукти (13,4%), видавнича діяльність (5,4%), аудіовізуальна продукція (3,1%), образотворче мистецтво (6,2%), та виконавське мистецтво. Серед дизайнерських товарів основні продукти включають моду (15,9%), вироби для оформлення інтер'єрів (20,1% загального обсягу), ювелірні вироби (15,3%) та іграшки (11,4%) [31].

Експорт креативних товарів сильно постраждав від пандемії COVID-19 та закриття магазинів у всьому світі. У 2020 році експорт креативних товарів зменшився на 12,5%, тоді як загальний експорт товарів знизився лише на 7,2% [36]. Це може бути пов'язано з відсутністю фізичного обміну на світовому ринку творів мистецтва, який є важливим каналом поширення образотворчого мистецтва, а також з зростаючим оцифруванням в аудіовізуальному та видавничому секторах. Особливо такі негативні тенденції спостерігаються у країнах Європейського союзу (див. рис 2.5).

У 2021 році розпочалося відновлення експорту креативних товарів. Що стосується торгівлі креативними послугами, розвинені країни експортують значно більше, ніж розвиваються. У 2020 році на розвинені країни припадало 82,3% загального обсягу експорту креативних послуг.

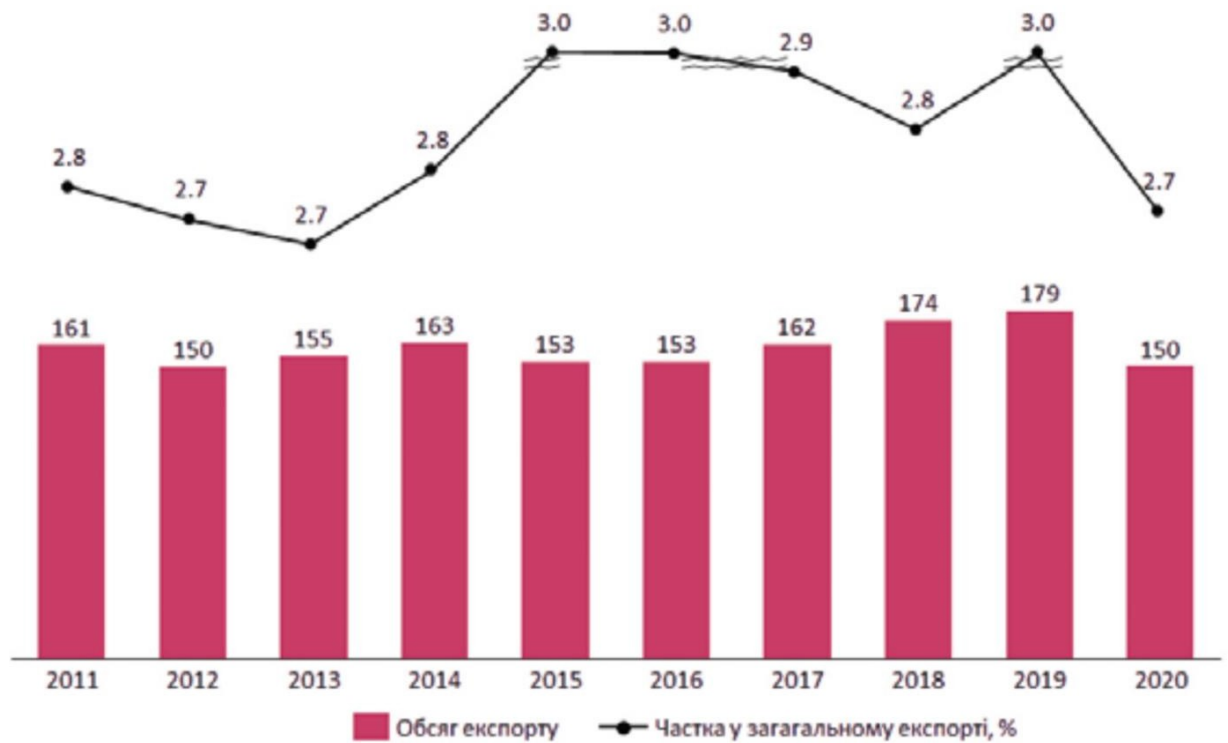


Рис. 2.5 Експорт креативних товарів економіки ЄС-27, 2011-2020 рр. у млрд євро та %.

Джерело: [33]

За останнє десятиліття розрив між розвиненими країнами, що розвиваються, поступово скорочується (див. рис 2.6) У 2020 році найбільшими експортерами креативних послуг були Сполучені Штати Америки (206 млрд. доларів США) та Ірландія (174 млрд. доларів США), які зробили значний внесок у експорт креативних послуг, особливо у сфері комп'ютерних послуг [17]. За ними йдуть Німеччина (75 млрд. доларів США), Китай та Великобританія.

Помітно збільшується важливість експорту креативних послуг, який становив 12,3% від загального обсягу експорту послуг у 2010 році та збільшився до 17,4% у 2019 році [17]. У зв'язку з різким зменшенням обсягів світової торгівлі туристичними послугами частка креативних послуг зросла ще більше, досягнувши 21,4% у 2020 році.

Основний обсяг експорту креативних послуг припадає на програмне забезпечення (39,3% у 2020 році) та дослідження та розробки (33,2%). Потім йдуть реклама, маркетинг, дослідження та архітектура (14,8%), аудіовізуальні (8,6%), інформаційні (3,5%) та послуги у галузі культури, відпочинку та спадщини (0,5%)

[29]. Розвинені країни лідирують в експорті за всіма категоріями послуг, експортуючи різноманітні послуги порівняно з країнами, що розвиваються. Наприклад, понад 90% світового експорту послуг у галузі досліджень та розробок та аудіовізуальних послуг припадає на розвинені країни, що обумовлено високими доходами від продажу та ліцензій.

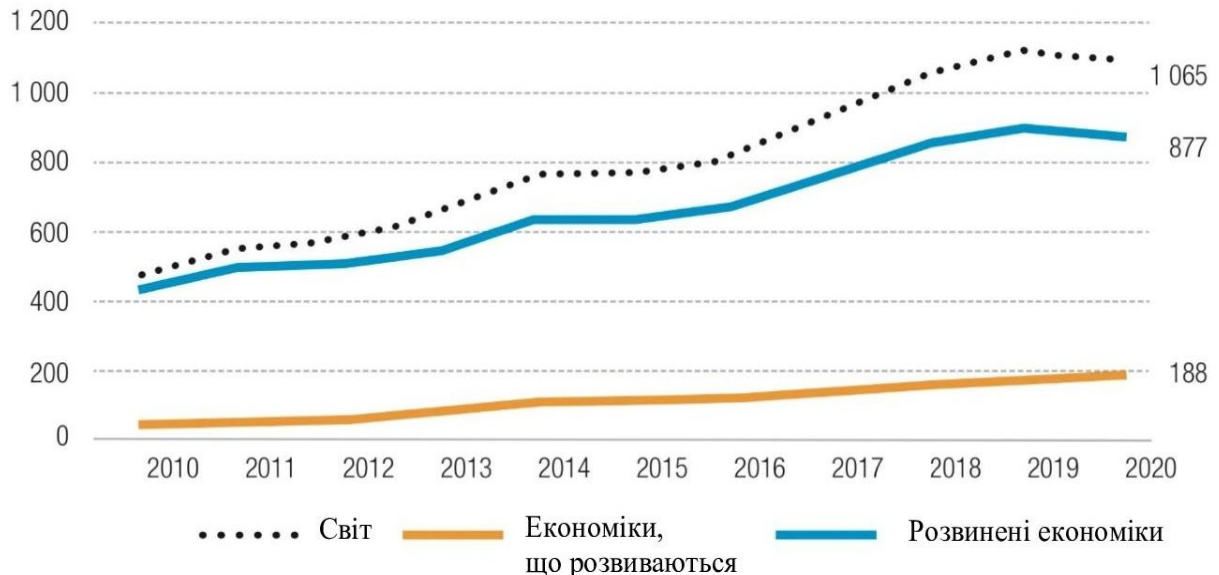


Рис. 2.6 Експорт креативних послуг за країнами, що розвиваються, і розвинутими економіками, 2010–2020 рр., млрд.дол.США

Джерело: [18. 31]

Креативні послуги виявилися стабільнішими під час пандемії COVID-19 порівняно з іншими секторами послуг. У 2020 році експорт креативних послуг зменшився лише на 1,8%, тоді як експорт усіх послуг знизився на 20%, в основному через скорочення туристичних та транспортних послуг на 62,5% та 20,3% відповідно [31].

У країн, що розвиваються, є певні перешкоди на шляху участі в торгівлі послугами, включаючи креативних. По-перше, відсутність фундаментальних навичок та інфраструктури може стати на заваді їм стати конкурентоспроможними у сфері креативних послуг. Найбільш успішні експортери креативних послуг, включаючи як розвинені, так і країни, що розвиваються, характеризуються високими показниками людського капіталу, фізичної та цифрової інфраструктури [44]. По-друге, у країн, що розвиваються, є обмеження в торгівлі послугами, і

доступ до ключових ринків креативних послуг, як і раніше, підпорядковується зобов'язанням Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС) Світової організації торгівлі (СОТ), хоча члени СОТ досі мало використовували ГАТС для зняття торгових обмежень чи забезпечення стабільного доступу [37].

Сучасні технології, зокрема останні інновації, радикально змінюють кілька сфер креативності. Країни, що розвиваються, повинні наздогнати своїх колег, забезпечивши відповідну цифрову інфраструктуру та нормативно-правову базу. Застосування технологій Індустрії 4.0 відкриває нові перспективи для креативної економіки. Технології, такі як тривимірний (3D) друк, штучний інтелект, доповнена реальність та віртуальна реальність (AR/VR), блокчейн, хмарні обчислення, безпілотники та Інтернет речей (IoT) є рушійною силою четвертої промислової революції [20]. Вони створюють нові можливості для виробництва, розповсюдження та споживання креативних товарів та послуг, таких як електронна комерція та потокове мовлення, охоплюючи ширше коло споживачів по всьому світу. Наприклад, онлайн-платформи використовують штучний інтелект для персоналізації музичних та кінематографічних уподобань. Адитивне виробництво або 3D-друк може застосовуватися для створення унікальних виробів. Доповнена реальність уможливорює покази мод з використанням невидимих моделей. Технологія блокчейн (наприклад, невідомі токени) дозволяє підтверджувати оригінальність та право власності на унікальні витвори мистецтва. Безпілотні технології суттєво впливають на виробництво медіапродукції, включаючи рекламу, теле- та фотожурналістику, телебачення та кінематограф. Віртуальна реальність сприяє зануренню в комп'ютерні ігри та виконавське мистецтво. Пандемія COVID-19 прискорила перехід до електронної комерції та цифрових платформ, розширивши можливості трансформації креативної економіки. Питання про те, чи стануть нові моделі споживчої поведінки та методи ведення бізнесу постійними, залишається відкритим. Однак, за оцінками International Data Corporation (IDC), до 2022 року 65% світового ВВП буде в цифровому форматі завдяки впливу пандемії COVID-19 [16]. Тим не менш, глобальна цифрова нерівність продовжує існувати, впливаючи на креативну економіку. За оцінками Міжнародного союзу

електров'язку, до кінця 2021 року понад третину населення Землі – 2,9 млрд. осіб – не мають доступу до Інтернету.

2.2 Оцінка ефективності функціонування креативних індустрій глобальної економіки

Уряди багатьох країн світу та переважна більшість сучасних міжнародних організацій покладають великі сподівання на розвиток креативних галузей у справі розвитку малого і середнього підприємництва в країнах, які перебувають у стані розвитку. Це спрямовано на скорочення рівня бідності та вирішення завдань, пов'язаних із подоланням економічної відсталості, щоб досягти Цілей тисячоліття ООН. Уряди та компанії багатьох країн вбачають у розвитку креативних галузей можливості для створення та освоєння нових ринків, розширення експортного потенціалу в умовах стагнації на традиційних ринках товарів і послуг.

Країни, які знаходяться в стадії розвитку, відзначаються найвищими темпами росту креативної економіки, що пов'язано із збільшенням доходів населення. У той час як показники росту ринків розвинених країн, таких як США та країни Західної Європи, не перевищують 3-5%. Динаміку розвитку креативної економіки у всьому світі можна побачити в таблиці 2.3 зі середньорічними темпами зростання за період з 2017 по 2022 роки.

Доходи від "креативної індустрії" у 2020 році перевищили доходи від телекомунікаційних послуг які складали 1,570 млрд. дол. США по всьому світу; та ВВП Індії (1,900 млрд. дол.США) [9]. Три основні джерела доходів у цій сфері включають телебачення із обсягом 477 млрд. дол.США, образотворче мистецтво - 391 млрд. дол. та друковані видання, такі як газети та журнали - 354 млрд. дол.США [34]. "Креативна індустрія" забезпечує зайнятість для 29,5 мільйонів чоловік, що становить приблизно 1% від загальної чисельності населення нашої планети. Як свідчать дослідження, трійка найбільших роботодавців у "креативної індустрії"

включає образотворче мистецтво (6,73 млн.), книжкову справу (3,67 млн.) і музику (3,98 млн.) [34].

Таблиця 2.3

Середньорічні темпи зростання креативної економіки за країнам світу у 2017-2022 рр. у %

Країна	Середньорічний % зростання
Нігерія	21,0%
Єгипет	17,1%
Індія	11,6%
Кенія	10,3%
Індонезія	8,8%
Пакистан	8,8%
В'єтнам	8,1%
Філіппіни	8,1%
Туреччина	7,9%
Саудівська Аравія	7,6%
Румунія	7,3%
Аргентина	7,2%
Китай	7,2%
Тайланд	6,5%
Перу	6,4%
Греція	6,4%
Польща	6,1%
Південна Корея	5,9%
Мексика	5,7%
Чехія	5,4%
Бразилія	5,3%
Австрія	4,6%
Італія	4,3%
Португалія	4,3%
Швеція	4,0%
Австралія	3,8%
Канада	3,7%

Джерело: [9, 34]

На думку переважної думки експертів креативна економіка та її індустрії дає реальну можливість інтенсифікації розвитку всім національним господарствам, особливо країнам що розвиваються. Для збільшення впливу креативного сектора на розвиток потрібно розширення даних та впровадження інноваційних міждисциплінарних політичних заходів. За твердженням провідних міжнародних організацій креативні індустрії відіграють ключову роль у забезпеченні сталого розвитку, і Міжнародний рік креативної економіки (2021 рік) наголошує на її важливості у пошуку креативних рішень для подолання глобальних викликів.

Відповідно до резолюції 74/198 Генеральної Асамблеї ООН, креативна економіка робить значний внесок у досягнення Цілей сталого розвитку, особливо в Цілях - 5 ("Гендерна рівність"), 1 ("Боротьба з бідністю"), 8 ("Гідна робота та економічний зростання"), 10 ("Скорочення нерівності"), 9 ("Промисловість, інновації та інфраструктура"), 11 ("Стійкі міста"), 16 ("Мирне та інклюзивне суспільство"), 12 ("Моделі сталого споживання та виробництва"), та 17 ("Засоби реалізації та глобальне партнерство") [12, 29, 45].

Фактично, галузь культури та творчості робить значний внесок у світову економіку. Частка сектору культури у світовому валовому внутрішньому продукті (ВВП) становить 3,1%, а, згідно з оцінками ЮНКТАД, у 2020 році на частку товарів та послуг творчого характеру припадає відповідно 3 та 21% від загального обсягу експорту товарів та послуг [42]. Крім того, галузь культури та творчості забезпечує 6,2% усіх робочих місць, створивши понад 50 мільйонів робочих місць у всьому світі, при цьому в ній працевлаштовано більше молоді (15-29 років), ніж в інших секторах [39].

При цьому слід відзначити що від ефективності функціонування креативних індустрій глобальної економіки отримують позитивний ефект усі її стейкхолдери (див. рис. 2.7).

Креативні індустрії сприяють інтеграції у суспільство, різноманітності культур та розвитку особистості, роблячи ці індустрії ключовими для досягнення цілей 2030 року. Оцінюючи ефективність функціонування креативних індустрій у глобальній економіці слід відмітити наявність цілої низки показників які

відображають якісний характер її розвитку. Такі показники враховують вплив креативних індустрій на різні сфери суспільства та економіки а саме: культурний вплив, соціальна справедливість, сталість розвитку, взаємодія з іншими галузями, адаптація до змін та інші.



Рис. 2.7 Стейкхолдери креативної економіки.

Джерело: [18, 53,70]

Проведений аналіз свідчить, що для більш репрезентативного аналізу, необхідно застосовувати кількісні показники які відображають економічний внесок креативних галузей. Мається на увазі показники внеску креативних індустрій у валовий внутрішній продукт (ВВП), експортні доходи та створення робочих місць що дозволяє оцінити економічну значущість креативних індустрій в економіках провідних країнах світу.

Так в США креативні індустрії вносять понад 10% до валового внутрішнього продукту (ВВП), що становить найвищий показник порівняно з іншими країнами, де цей показник коливається від 2% до 7% ВВП [18]. Для наочності масштабів можна зазначити, що в США 11% ВВП еквівалентні обсягу всього виробничого сектору країни або приблизно п'ятій частині світового виробництва [46]. У країнах Європейського союзу креативні індустрії в середньому становить 4,2% ВВП.

При цьому експорт креативних товарів з Великої Британії становить 4,9% від загального обсягу експорту; у той же час креативних послуг - 11,8%. У Німеччину експортується 1,9% креативних товарів і 23,8% креативних послуг. Щодо США, їхній внесок у світовий експорт креативної продукції становить 3,1%, а вартість цього експорту оцінюється приблизно у \$87 млрд (14% від загального обсягу світового експорту) [28]. На відміну від цього, Канада вносить 2,5% у світовий експорт креативних товарів і послуг.

Зазначимо, що США припадає майже дві п'ятих світового експорту "культурних та рекреаційних послуг", включаючи аудіовізуальні послуги, а також понад чверть світового експорту "візуального мистецтва". Це свідчить про їхнє лідерство у цій галузі. Основні економічні показники ефективності функціонування креативних індустрій в економіках провідних країнах світу представлено у таблиці 2.4.

При цьому слід відмітити що креативні індустрії значно впливає на суміжні галузі. За даними всесвітньо відомої аналітичної компанії Deloitte, мультиплікатор, який враховує обсяг економічної активності, не пов'язаної безпосередньо з креативними індустріями, такими як кіно, відео, телебачення, звукозапис, програмування та мовлення, коливається від 1,7 до 1,9 (на основі даних з Великобританії, Німеччини, та Франції) [18]. Іншими словами, \$100 витрат, здійснених у секторі креативних індустрій, призводять до приблизно \$70-90 в інших галузях (таких як виробництво, посередництво, розповсюдження інформації, дистрибуція, ліцензування, консультування та інше) [36]. Таким чином, у Індонезії, наприклад, оцінка креативних індустрій враховує виробництво креативних товарів, консультування у сферах креативних галузей, оптово-роздрібну торгівлю креативною продукцією, послуги та інше. Цей підхід сприяє комплексній оцінці сектору креативної економіки та частково вирішує проблему непоінформованості тих аспектів творчості, які не входять безпосередньо в перелік креативних галузей.

Економічні показники ефективності функціонування креативних індустрій в економіках провідних країнах світу у %.

Країна	Сфера	Вклад у додану вартість	Вклад у зайнятість	Вклад у зовнішню торгівлю
Велика Британія	Креативний сектор	5,8%	11,9%	Товари: <i>Експорт – 3,1%</i> <i>Імпорт – 1,5%</i> Послуги: <i>Експорт – 11,9%</i> <i>Імпорт – 9,2%</i>
Польща	Креативні індустрії	6,3%	2,4%	Товари: <i>Експорт – 1,6%</i> <i>Імпорт – 1,1%</i> Послуги: <i>Експорт – 4,4%</i> <i>Імпорт – 6,6%</i>
Туреччина	Культурний сектор	0,3%	2,3%	Товари: <i>Експорт – 4,2%</i> <i>Імпорт – 2,2%</i> Послуги: <i>Експорт – 3,6%</i> <i>Імпорт – 16,3%</i>
США	Мистецтво та креативні індустрії	4,7%	3,3%	Товари та послуги: <i>Експорт – 3,1%</i> <i>Імпорт – 1,5%</i>
Канада	Креативні індустрії	2,7%	3,5%	Товари та послуги: <i>Експорт – 2,5%</i> <i>Імпорт – 3,3%</i>
Німеччина	Культурні та креативні індустрії	3,3%	3,5%	Товари: <i>Експорт – 1,9%</i> <i>Імпорт – 2,3%</i> Послуги: <i>Експорт – 8,2%</i> <i>Імпорт 9,6%</i>

Джерело: [11,37,40,46]

Однак пандемія COVID-19 серйозно похитнула деякі з цих галузей, посилюючи їх уразливість, що вже існували. Згідно з наявною статистикою, у період пандемії в галузі культури та творчості було втрачено до 10 мільйонів робочих місць, а глобальні втрати у 2020 році досягли 750 мільярдів доларів [40]. Порівняльне дослідження впливу COVID-19 на творчий сектор в Африці виявило,

що особливо вразливими стали галузі виконавського та образотворчого мистецтва, а також спадщини. У цих сферах переважає неформальність, велика частка фрілансерів та часте використання короткострокових контрактів.

На глобальному рівні обсяг валового внутрішнього продукту у сфері креативних індустрій впав майже на 750 мільярдів доларів у 2020 році порівняно з 2019 роком [46]. Для кращого розуміння цього розрахунку важливо відзначити, що ця сума перевищує загальний номінальний ВВП кількох країн, таких як Польща, Таїланд та Об'єднані Арабські Емірати. Вона також становить близько 1% світового номінального ВВП у 2019 році.

Навіть якщо це зменшення є відносно невеликим порівняно з загальним світовим виробництвом, воно призводить до значного зменшення економічного внеску культурних і креативних індустрій, а також їхньої здатності сприяти культурним та соціально значущим результатам у всьому світі. Згідно наших оцінок, у 2019 році внесок культурної та креативної індустрії до глобального ВВП становив 3,4 трильйона доларів, тож зменшення на 750 мільярдів доларів свідчить про зниження участі цих індустрій у світовому ВВП на 21% [23, 35].

Ця сума може бути навіть консервативною і недооціненою, оскільки не всі непрямі наслідки проблеми COVID-19 для культурного та творчого секторів враховані, включаючи вплив на інші особи і підприємства в ланцюгах постачання та створення вартості. З точки зору втрат робочих місць, креативні галузі також відчули вплив. Прогнозоване зменшення ВВП у цих галузях на 760 мільярдів доларів у 2021 році призвело до втрати понад 11 мільйонів робочих місць у всьому світі [28].

Навіть якщо це є консервативна оцінка, вона вказує на значне зменшення людського капіталу у глобальних культурних та креативних секторах. Тенденції зайнятості часто взаємодіють з тенденціями доходів, хоча зайнятість іноді розглядається як "показник відставання", оскільки зміни в доходах можуть спочатку відзначатися, а потім впливати на найм чи звільнення працівників [16]. Однак втрата робочих місць у культурних та творчих секторах виявилася особливо помітною під час пандемії, і високі втрати робочих місць в цих галузях були

виявлені вже весною 2020 року в обмеженій кількості країн, для яких доступні статистичні дані.

Падіння у рівнях розглядувались від найвищих 55% на Філіппінах до мінімальних 13% у Новій Зеландії. Важливо відзначити зміни, що відбулися в галузі культури під час пандемії COVID-19:

Музеї: За оцінками, у квітні 2020 року три з п'яти музеїв у Європі втратили "в середньому 20 300 євро на тиждень через закриття та призупинення подорожей" (від 75% до 80%). Більші музеї, особливо ті, що у туристичних місцях, зазнали ще більших втрат [14].

Виконавське мистецтво та музика: Дослідження в Сполучених Штатах показало, що артисти та виконавці стали свідками високого рівня безробіття протягом першого року пандемії. У вересні 2020 року рівень безробіття в США склав 8,5%, а для танцівників, акторів і музикантів це становило 55%, 52% і 27% відповідно [39].

Образотворче мистецтво: У 2020 році американські художники втратили у середньому 21 500 доларів США доходу від творчості (50,6 мільярда доларів США по всій країні) [39].

Книги: Світовий книжковий ринок зменшився з 92,8 мільярда доларів у 2019 році до 85,9 мільярда доларів у 2020 році через закриття книжкових магазинів.

Аудіовізуальні та інтерактивні медіа: У березні 2020 року глобальні втрати касових зборів у кіно перевищили 5 мільярдів доларів, кількість закритих кінотеатрів у Китаї становила 70 000, а в серпні 2020 року в США касові збори впали на 76% порівняно з 2019 роком [16].

Дизайнерські та креативні послуги: Липень 2020 року призвів до прогнозу Італії та Іспанії щодо можливого зменшення продажів у секторі моди на 35-40% до кінця 2020 року.

Пандемія COVID-19 та сучасні військові дії на Україні суттєво вплинула на креативні галузі, тому важливо розглянути механізми подолання наслідків та покращення перспектив креативної економіки. Галузь креативних індустрій відіграє ключову роль у передачі культурних, соціальних і політичних цінностей, і

під час пандемії вона стала центром комунікації та представництва для змін. Криза також надала можливість переосмислити структури та експериментувати з новими методами ведення бізнесу.

Разом з тим, згідно з оцінками різних авторитетних міжнародних інституцій, у період з 2022 по 2027 роки більша частина доданої вартості буде створюватися переважно завдяки інтелектуальним (креативним) аспектам виробництва. Креативний підхід та інновації, за прогнозами, стануть ключовими факторами економічного розвитку в XXI столітті.

Креативний клас очікується стати основою людських ресурсів у сфері креативної економіки. Таким чином, стає очевидним, що головним фактором економічного розвитку в XXI столітті повинні стати креативні людські ресурси, які проявляють високу здатність до креативного мислення в усіх галузях народного господарства. Креативність, як вважається, стане важливим потенціалом і інструментом поряд з традиційними методами мислення і управління в економіці.

Прогнозується, що лідерами соціально-економічного та науково-технічного прогресу стануть лише ті компанії, які освоюють науку креативного управління соціально-економічним розвитком в умовах невизначеності та постійних кризових ситуацій. Це передбачає не лише зміни вимог ринку до компаній, а й переосмислення організаційної структури підприємств. Роста значення аутсорсингу і фрілансу, а працівники переходять до категорії індивідуальних підприємців, чії результати роботи безпосередньо впливають на їхній індивідуальний імідж [30].

Важливо пам'ятати, що ці індивіди не лише творчі артисти, але й підприємці. Тому для "культурпренерів" життя може бути важким, оскільки вони, ризикуючи, часто отримують обмежені доходи [30]. Тільки підприємства, організації та компанії, які ефективно впроваджують методи креативного управління соціально-економічним розвитком, зможуть успішно розвиватися в епоху креативної економіки та використовувати нові підходи, механізми та інструменти. Порівняно з традиційними галузями економіки, розвиток креативної індустрії виявляється більш інтенсивним і сприяє диверсифікації економіки.

2.3 Характеристика сучасного стану розвитку креативної економіки України.

Навіть при тенденції все більшого використання термінів "креативна економіка" і "креативна індустрія", різні країни надають їм власні тлумачення. Хоча були спроби встановлення міжнародного стандарту, включаючи Україну, експерти вважають, що ціль повністю ще не досягнута.

В Україні термін "креативні індустрії" не лише широко використовується, а й отримав законодавче та класифікаційне визнання. Раніше у вітчизняній науковій літературі науковці використовували терміни "креатив", "культурні" та "креативні" індустрії як синоніми, проте дослідники за останні роки відзначають виокремлення індустрій культури у самостійний сектор креативної індустрії [21].

Українське законодавство визначає креативні індустрії як "галузі економічної діяльності, спрямовані на створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) або творче самовираження".

На даний момент Кабінет Міністрів України визначає 34 основні галузі креативних індустрій, включаючи візуальне та виконавське мистецтво, видавничу справу, дизайн, моду, ІТ, аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви, музеї та народні художні промисли [37].

Враховуючи останні тенденції у світі щодо розширення сфери креативної економіки, ми виділяємо блок "інші види креативної економічної діяльності" поряд з креативними індустріями. Ці види діяльності об'єднані наступним чином: наукові дослідження та розробки; освіта; виробництво креативної продукції; мода; туризм; сервіс.

Поєднуючи креативні індустрії (34 категорії) та інші види креативної економічної діяльності (17 категорій), в Україні було сформовано комплексну систему національної креативної економіки що представлено на рис 2.7 .

Сучасний стан розвитку креативної економіки в Україні свідчить про поступовий перехід від традиційних галузей до інноваційних та творчих секторів. Креативна економіка визначається як економічна система, що базується на

створенні та експлуатації інтелектуальної власності, технологічних інновацій та креативного потенціалу.

Реклама та маркетинг		Архітектура	Кіно, телебачення, відео, радіо та фотографія		
Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	Посередництво в розміщенні реклами в ЗМІ	Діяльність у сфері архітектури	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення
Рекламні агентства	Діяльність інформаційних агентств	Дизайн	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Демонстрація кінофільмів	Діяльність у сфері фотографії
Ремесла			ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги		Музеї, галереї та бібліотеки
Виробництво ювелірних і подібних виробів	Виробництво біжутерії та подібних виробів	Виробництво музичних інструментів	Видання комп'ютерних ігор	Видання іншого програмного забезпечення	Функціонування бібліотек і архівів
Видавнича справа		R&D	Комп'ютерне програмування	Консультації з питань інформатизації	Функціонування музеїв
Видання книг	Освіта у сфері культури	Дослідження і розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	Музика, виконавське та образотворче мистецтво		
Видання журналів і періодичних видань	Інші види видавничої діяльності	Освіта в сфері культури	Театральна та концертна діяльність	Функціонування театральних і концертних залів	
Надання послуг з перекладу	Публікація каталогів та списків розсилки	Індивідуальна мистецька діяльність	Діяльність з підтримання театральних і концертних заходів	Видання звукозаписів	

Рис. 2.7 Карта креативних індустрій України (КВЕД) та Великобританії (SIC)

Джерело: [21,37]

На сучасному етапі українська креативна економіка виявляється через зростання ролі таких галузей, як інформаційні технології, дизайн, реклама, медіа, культура та мистецтво. Це обумовлено зростанням попиту на інноваційні продукти та послуги, що потребують творчого підходу та високого рівня експертизи.

Інформаційні технології в Україні відіграють ключову роль у розвитку креативної економіки. ІТ-сектор країни привертає увагу іноземних інвесторів, а також сприяє створенню інноваційних продуктів для міжнародного ринку [14]. Крім того, розвиток стартап-екосистеми сприяє виникненню нових ідей та підтримці молодих підприємців.

Дизайн та реклама також визначаються як суттєві компоненти креативної економіки. Компанії активно використовують креативні підходи до маркетингу та брендингу для залучення уваги споживачів. Культурні та мистецькі індустрії, такі як кіно, музика та література, також сприяють формуванню креативного образу України у світі [14].

Загалом, сучасний стан розвитку креативної економіки в Україні свідчить про поступовий перехід країни до інноваційно-орієнтованої економіки, сприяючи творчому потенціалу та конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Україна спостерігає значний розвиток COVID-19 у 2020-2021 роках викликав деякі виклики для креативної економіки. Пандемія змусила бізнес та креативні індустрії адаптуватися до нових умов, активно використовуючи цифрові технології для розвитку онлайн-платформ та дистанційних сервісів.

У сфері освіти відбувається підвищення уваги до розвитку креативних навичок та STEM-освіти (наука, техніка, інженерія, математика), спрямованої на підготовку фахівців для інноваційних галузей [22]. Це може сприяти формуванню більш конкурентоспроможної робочої сили та стимулювати інноваційний розвиток.

Уряд України активно впроваджує стратегії та програми для підтримки креативної економіки, включаючи створення інкубаторів та інноваційних центрів. Також спостерігається збільшення участі державних інституцій у фінансуванні та підтримці проектів у сферах культури, мистецтва та технологій.

Загалом аналізуючи останні 10 років розвитку креативної економіки в Україні слід відзначити що валова додана вартість її креативних індустрій стрімко зростала. У 2013 році ця вартість складала 31 млрд гривень (3% від загальної доданої вартості), а у 2019 році вже 117,2 млрд гривень (3,9% від загальної доданої вартості) [31]. Кількість компаній і працівників у сфері креативних індустрій також стрімко збільшується, досягаючи у 2019 році 205,5 тис. підприємств і понад 350 тис. працівників. Також, при аналізі обсягу виробництва товарів та послуг у даній галузі можна відзначити, що протягом періоду з 2016 по 2020 рік спостерігалася тенденція до збільшення обсягу з 23,356 млрд. грн. у 2016 році до 42,183 млрд. грн. у 2020 році [31]. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в цій галузі також показав зростання з рівня 13,652 млрд. грн. у 2016 році до 26,279 млрд. грн. у 2020 році, як представлено у таблиці 2.5 [54].

Динаміка обсягів виробництва товарів та послуг «креативних індустрій» та
ВВП в Україні в 2016-2020 роках"

	2016	2017	2018	2019	2020
Випуск товарів і послуг у ринкових цінах	5595719	6957136	8324657	8582929	9630118
Темп приросту, %		24,33	19,66	3,10	12,20
Мистецтво, розваги та відпочинок	23356	28766	34972	34375	42183
Темп приросту, %		23,16	21,57	-1,71	22,71
Питома вага, %	0,42	0,41	0,42	0,40	0,44
Валовий внутрішній продукт	2441661	3085223	3674214	3827941	4367501
Темп приросту, %		26,36	19,09	4,18	14,10
Мистецтво, розваги та відпочинок	13652	17719	21300	21756	26279
Питома вага, %	0,56	0,57	0,58	0,57	0,60
Темп приросту, %		29,79	20,21	2,14	20,79

Джерело: [21, 33, 54]

Згідно з результатами дослідження 2019-2020 років та впровадження системи індикаторів ЮНЕСКО в Україні, внесок культурних і креативних індустрій у ВВП становить 4,04% [33]. Хоча цей внесок не є найвеличнішим порівняно з іншими галузями, такими як сільське господарство чи гірничодобувна промисловість, він є значущим, зокрема порівняно з фінансовою та страховою діяльністю або будівництвом.

Протягом 2017-2020 років додана вартість основних галузей креативних індустрій зростає як в абсолютних числах, так і відсотковому відношенні. Порівняно з 2016 роком, додана вартість, генерована креативними індустріями, подвоїлася - з 55,1 млрд гривень у 2016 році до 97 млрд гривень у 2018 році (див. рис.28 та рис. 2.9) [37, 43].



Рис. 2.8 Додана вартість, створена у креативних індустріях та креативній економіці України, 2013-2019 рр. у млрд. грн

Джерело: [37, 43]



Рис. 2.9. Частка креативних індустрій та креативної економіки у ВДВ 2013-2019 рр. у %,

Джерело: [37,43]

Стагнація у 2013-2015 роках пояснюється загостренням кризи через події на Сході України та анексію Криму, коли пріоритет віддавався базовим потребам, а сфера культури та креативних індустрій була відсунута на другий план. У відсотках від загальної доданої вартості в Україні частка креативних індустрій знизилася з 2,97% у 2013 році до 2,46% у 2015 році, але до 2018 року вона зростає майже до 4% (3,86%) [1].

У цей період різноманітні сегменти креативних індустрій демонстрували позитивні тенденції у зростанні. Так у 2018 році офіційний обсяг реалізованої продукції українських рекламних агентств склав 27,8 млрд гривень, а експорт ІТ-послуг – 4,5 млрд доларів. Також варто відзначити успіхи українського кінематографу: кількість випущених українських фільмів, що виходять на екрани

кінотеатрів, за останні роки зростає. За даними Держкіно України, у 2018 році було випущено у прокат 35 повнометражних вітчизняних фільмів, збори від яких перевищили 198 млн гривень.

При цьому є характерним, що в Україні фінансування з креативної економіки наразі обмежується невеликим потоком капітальних інвестицій, навіть за вітчизняними стандартами. Протягом 2010-2019 років номінальний обсяг капітальних інвестицій у креативну економіку України зростає з 6,8 млрд грн до 30,1 млрд грн (див. рис. 2.10), а частка сектору креативної економіки у загальній структурі залучення капітальних інвестицій піднялася з 3,8% до 4,8% (див. рис. 2.11) [37, 43].



Рис. 2.10 Капітальні інвестиції у сектор креативної економіки та креативних індустріях, млрд грн, 2010-2019 р.р., у млрд. грн

Джерело: [37,43]



Рис. 2.11. Частка капітальних інвестицій у креативну економіку та креативні індустрії у сукупному обсязі капітальних інвестицій, 2010-2019 рр. у %.

Джерело: [37,43]

У 2019 році частка галузей творчої економіки (мистецтво, спорт, розваги, відпочинок) у ВВП у другому кварталі зростає на 3,8% порівняно з аналогічним періодом 2018 року [20]. Це вперше, оскільки українська економіка демонструє зростання, і ці показники наближаються до темпів зростання економіки в цілому – 4,1%. Раніше відставання у зростанні частки культури та економіки було значно

більшим: у 2018 році культура зросла на 0,7%, а ВВП – на 3,3%; у 2017 році – на 0,7% та 2,5% відповідно [29].

У цьому контексті важливим є ситуація яка спостерігалася із розвитком міжнародної торгівлі товарами та послугами що були вироблені в індустрії креативної економіки України. Протягом періоду з 2011 по 2013 роки відзначалося збільшення експорту товарів, що були вироблені в індустрії креативної економіки України. У цей період експорт зріс з 761,8 до 868,4 млн доларів США (представлено на рис 2.12) [37, 43]. Найвища частка таких товарів в експорті була зафіксована у 2014 році, досягнувши 1,43%. Однак у 2015 році спостеріглося різке зменшення експорту вітчизняної продукції креативних індустрій до 452,3 млн доларів США [29].

Після 2015 року вітчизняний експорт не відзначався стрімким зростанням і станом на 2020 рік склав лише 513,3 млн доларів США, а його частка в загальному експорті товарів скоротилася до 1,04% [37]. У 2020 році найбільшу частку українського експорту товарів креативної економіки становили меблі - 43,0% (експорт понад 220,9 млн доларів США), а також текстильні вироби для меблювання - 7,8% (експорт понад 40,1 млн доларів США).

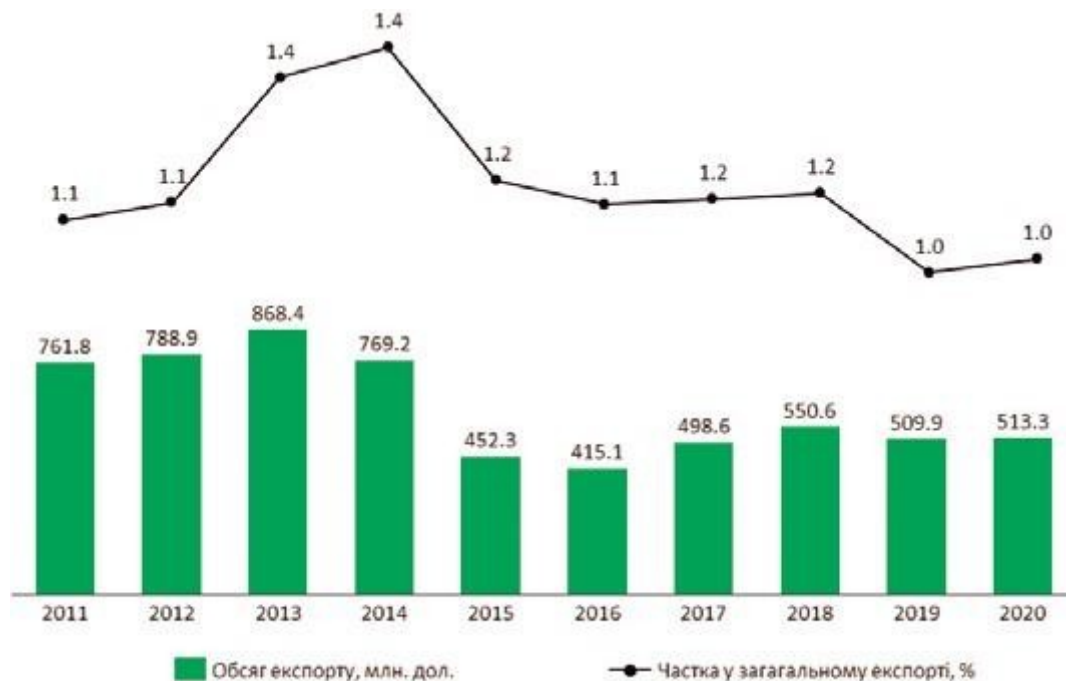


Рис.2.12 Експорт товарів «креативних індустрій» економіки України, 2011-2020 рр. у %.

Джерело: [37.43]

У структурі реалізованої продукції за індустріями вітчизняної креативної економіки в 2019 році переважали послуги. Аналіз статистичних даних підтверджує, що товари "креативних індустрій" становили всього 24,4%, тоді як послуги складали 75,6%.

Загалом в період з 2013 по 2020 роки Україна не лише зменшила експорт товарів, пов'язаних з креативною економікою, але й послуг. Зокрема, спостерігалось зменшення експорту телекомунікаційних послуг у 3,7 рази (від 344,6 до 93,5 млн доларів США), наукових і технічних послуг у 1,6 рази (від 426,2 до 269,0 млн доларів США), досліджень та розробок у 2,1 рази (від 262,5 до 125,4 млн доларів США), а також культурних, аудіовізуальних і рекреаційних послуг [38].

Помітно також істотне збільшення експорту послуг ІТ-сектору. Наприклад, експорт інформаційних послуг у 2013-2020 роках зріс майже в 3 рази, з 201,1 до 612,9 млн доларів США, а комп'ютерних послуг - у 2,5 рази (від 931,5 до 2345,0 млн доларів США) [29]. Частка комп'ютерних послуг у експорті зросла з 6,5% до 20,6%, а інформаційних - з 1,4% до 5,4%. Аналітики вказують на асиметричний, але бурхливий розвиток індустрій креативної економіки в Україні (див рис. 2.13).

Окрім ІТ-сектору, інші індустрії креативної економіки в Україні розвиваються повільно або перебувають у стані рецесії. Це пояснюється низьким і нерівномірним попитом на товари та послуги креативних індустрій, недостатнім фінансуванням і кадровим забезпеченням, а також прогалинами в захисті інтелектуальної власності та авторських прав.

Креативні індустрії є одними з найбільш вразливих сфер української економіки під час пандемії COVID-19 та війни. Це пояснюється кількома причинами: 90% промисловості всіх суб'єктів господарювання представляють індивідуальні підприємці, що ускладнює залучення значних інвестицій. Зараз основними джерелами фінансування креативних індустрій є особисті кошти, державні та міжнародні гранти, субвенції (Український фонд культури, Український інститут книги, Держкіно, донори, краудфандинг). Умови пандемії зробили важким завдання для малих та мікропідприємств утриматися на плаву без

додаткового грошового потоку. Отримати фінансування стало набагато важче, оскільки майже всі представники креативних індустрій потребують допомоги. Тому в умовах конкуренції на українському ринку виживе лише той, хто зможе не лише адаптуватися до нових реалій, але й привертати увагу потенційних інвесторів своїми продуктами.

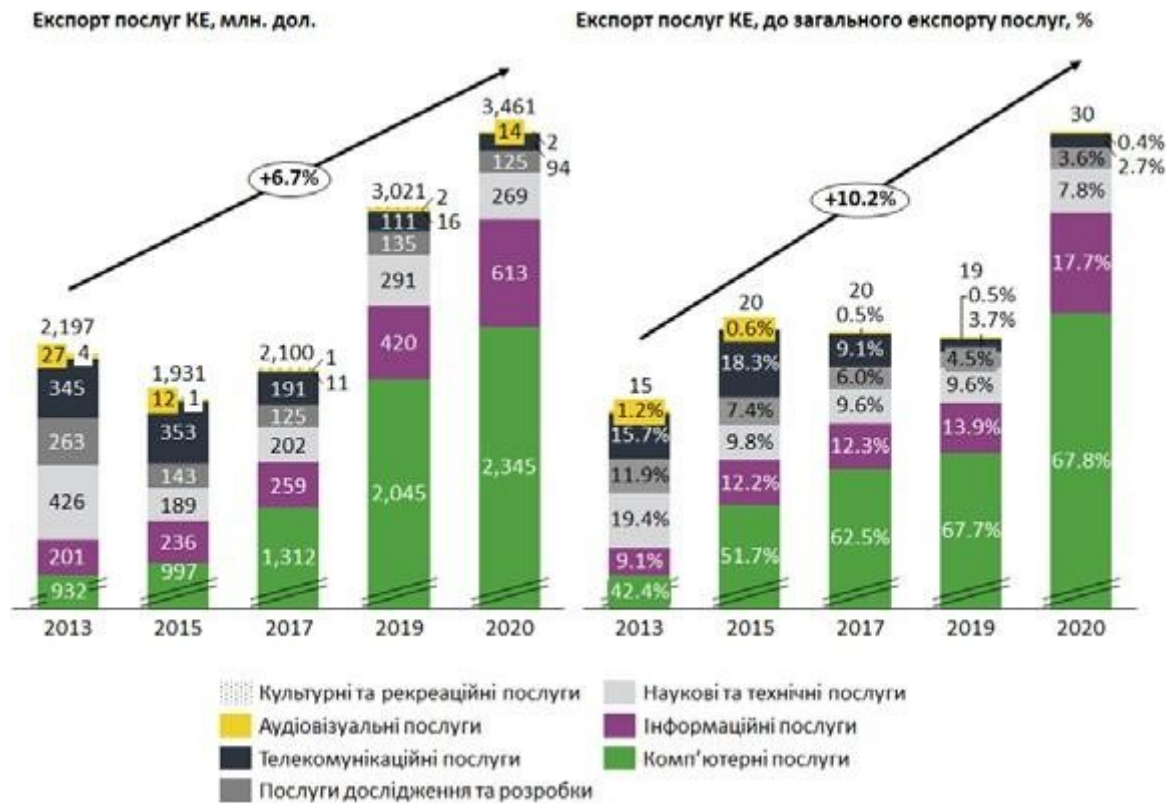


Рис. 2.13 Експорт «креативних індустрій» економіки України, 2013-2020 рр. у %

Джерело: [28, 43]

Більшість валової доданої вартості в креативних індустріях генерується в галузі інформаційних технологій. У 2019 році сектор ІТ вніс 63,7 млрд грн або 54,3% до загальної валової доданої вартості креативних індустрій. На другому місці знаходиться реклама, маркетинг та зв'язки з громадськістю, які внесли 20,2 млрд грн або 17% до загальної валової доданої вартості креативних індустрій [29]. На третьому місці з невеликим відривом розташувалося аудіовізуальне мистецтво, яке внесло 19,4 млрд грн або 17% до загальної валової доданої вартості.

Як свідчать статистичні дані у 2020 році основні галузі креативної національного господарства створили 4,2% доданої вартості для української економіки, що дорівнює 132,4 млрд грн [28]. Цей показник перевищує результати 2019 року, коли внесок становив 3,9%. Українськи експерти позначили вражаючий ріст у креативному бізнесі - внесок у ВВП збільшився на 0,3% порівняно з попереднім роком, особливо враховуючи вплив коронакризи [28]. Тобто у 2020 році креативні індустрії внесли на 0,3% більше у ВВП, ніж рік раніше. Також відзначається зростання кількості працівників у креативних індустріях: частка зайнятих у цьому секторі зросла з 2,5% у 2013 році до 3,6% у 2018 році, що становить різницю у 51 187 осіб між 2013 і 2018 роками, при тому, що падіння відбулося лише у 2015 році [43].

Цікавим є той факт, що в період пандемії більше людей вибирали кар'єру у креативних індустріях, збільшившись до 4% у 2020 році, що становить 360,3 тис. українців, порівняно з 3,8% у 2019 році [23]. Деякі сектори, зокрема ІТ та дизайн, значно покращили свої показники, в той час як інші відчували наслідки коронакризи.

Обсяг реалізованої продукції у сфері креативних індустрій склав 333,9 млрд грн, що становить 3% від загального обсягу в Україні [23]. Позитивні тенденції у цьому секторі спостерігаються при спаді ВВП на 4% у 2020 році та сповільненні зростання світового ринку через пандемію, зокрема завдяки вагомому внеску сектору ІТ, який виявився менш вразливим до наслідків кризи. Це також може вказувати на значну тіньову частку економіки, яка не відображається в офіційній статистиці.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗБУДОВИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

3.1 Проблеми та перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки

Події останніх років створили значні перешкоди для активного розвитку креативного сектору глобальної економіки. Розпочаті військові конфлікти у всьому світі, пандемія Covid-19 і пов'язані з нею карантинні заходи призвели до серйозних викликів для розвитку та навіть виживання креативної економіки світу та індустрій, що її складають. Рекламні бюджети стрімко скоротилися, митцям довелося шукати інші способи заробітку та підтримувати зв'язки з аудиторією. Навіть при підтримці урядів багатьох країн, підприємства та учасники «креативних індустрій» глобальної економіки не завжди отримували достатню підтримку для власного ефективного функціонування.

Як вже було зазначено раніше у сучасному світі креативний сектор визначається не лише як джерело розваг та мас-медіа, але і як ключовий елемент глобальної економіки сприяючи інноваціям, культурному розвитку та створенню нових робочих місць. Так креативний сектор є джерелом новаторських ідей та технологічних рішень. Компанії, що діють у сферах дизайну, медіа, реклами та інших галузях креативності, вносять значний внесок у вдосконалення технологій і підвищення конкурентоспроможності різних секторів економіки. Також креативний сектор сприяє розвитку творчого потенціалу суспільства. Він вдохновлює та стимулює людей думати та працювати над новими ідеями, що в свою чергу збагачує культурну та соціальну сфери. Креативні індустрії, такі як музика, кіно, мода, візуальне мистецтво та інші, генерують значні економічні доходи. Вони стають джерелом великої кількості робочих місць та сприяють зростанню ВВП країни. Також даний сектор глобальної економіки сприяє культурному обміну між націями та спільнотами. Мистецтво, література та інші

форми творчості допомагають розуміти різноманіття культур та поглиблюють взаєморозуміння між різними частинами світу. Розвиток креативного сектору призводить до появи нових підприємств та підтримує існуючі. Це створює робочі місця та сприяє розвитку підприємництва. Загалом креативні індустрії забезпечують суспільство естетичним задоволенням через мистецтво, дизайн та культурні події, що покращує якість життя громадян.

Проте, разом із вищезазначеними потенційними можливостями та інноваціями що несе креативна економіка глобальній економічній системі, виникають і проблеми, які потребують уваги та вирішення. На нашу думку до основних проблем трансформації креативного сектору глобальної економіки слід віднести наступні проблеми та загрози а саме:

- Глобальна цифровізація/ цифрова трансформація та автоматизація суспільства: втрата робочих місць: з поширенням цифрових технологій і штучного інтелекту може виникнути загроза втрати робочих місць в традиційних креативних галузях; нові компетенції та навички: перехід до цифрового середовища вимагає нових навичок, умінь та компетенцій, що може бути викликом для існуючих працівників.
- Порухення авторських прав та копірайтинг: піратство та порушення прав: зростання інтернет-платформ може призвести до збільшення порушень авторських прав та копірайтингу, що впливає на прибутки творчих осіб і компаній; глобальні стандарти: недостатня гармонізація між країнами у сфері авторських прав може створювати проблеми для глобальної креативної економіки.
- Нерівномірність доступу до сучасних технологій, інновацій і креативних продуктів: цифровий розрив: асиметрія у доступі до цифрових технологій може призводити до розриву між розвинутими і розвиваючимися ринками.
- Дефіцит інвестиційних та фінансових ресурсів для активного розвитку: нестабільність прибутків: складна прогнозованість у сфері культурних і творчих продуктів (у контексті її функціонування) може створювати фінансові труднощі для творців та компаній; фінансування інновацій:

дефіцит фінансування для креативних проєктів може обмежувати розвиток інновацій в цьому секторі.

- **Порушення основних принципів етики та суспільної відповідальності:** використання технологій: зростання використання технологій, таких як штучний інтелект і віртуальна реальність, породжує питання етики та відповідального використання.
- **Інтенсифікація конкуренції та монополізація креативної економіки:** ринкова концентрація: зростання влади великих компаній може обмежувати конкуренцію та можливості для менших та новаторських гравців креативних індустрій.
- **Зміна сприйняття цінностей та культурна та зменшення соціально-культурної різноманітності:** культурна зміна: зміни в суспільних цінностях та уподобаннях можуть впливати на попит на конкретні види креативних продуктів та послуг, вимагаючи адаптації виробників; культурна різноманітність: інтенсифікація процесів глобалізації може впливати на різноманітність та унікальність культурних виразів у креативних галузях.
- **Зміна споживчих уподобань:** попит та тренди: зміна у споживчих уподобаннях може призвести до зменшення попиту на традиційні креативні продукти та послуги в окремих країнах та їх креативних індустріях.
- **Відсутність надійного захисту особистої інформації:** конфіденційність та безпека: висока залежність від технологій може ставити під загрозу конфіденційність та безпеку особистої інформації в галузі креативності.
- **Зміна літературної та мовної різномовності:** загроза мовному розмаїттю: розвиток глобальних медіа та ринків може ставити під загрозу мовну різноманітність та регіональні літературні традиції.
- **Недосконалість алгоритмів фільтрації інформації:** фільтрація інформації: Алгоритмічна фільтрація може обмежувати різноманітність контенту, що пропонується користувачам, формуючи їхні інтереси та світогляд.

- Психологічні та соціальні впливи: ефекти цифрового споживання: збільшення часу, проведеного в інтернеті, може впливати на здоров'я та соціальні відносини, зокрема в сфері культурного споживання.
- Обмеження співпраці та інтеграції окремих суб'єктів і індустрій креативної економіки: бюрократичні бар'єри: співпраця між різними галузями креативного сектору може стикається з бюрократичними та організаційними перешкодами.
- Небезпека збереженню історичної та культурної спадщини: збереження та захист: збереження та захист історичних та культурних артефактів у цифровому віці може виявитися викликом.

Для України, незважаючи на досягнення які держава досягала у попередні роки, важливим залишається вирішення проблеми підвищення рівня інтелектуальної власності, сприяти розбудові інноваційної інфраструктури та вирішувати питання доступу до фінансування для креативних підприємців. Недостатнє фінансування, низький рівень інтелектуальної власності та нестабільність бізнес-середовища можуть уповільнити темпи зростання креативних галузей.

До початку війни в Україні у 2018 році сектор креативних індустрій складав 4% ВВП. При цьому креативна економіка України оцінювалася на рівні - 7,5% ВВП. Кількість працездатних оцінювалася на рівні 0,35 мільйона осіб, і це був один з небагатьох секторів, де збільшувалася кількість робочих місць впродовж останніх років.

Згодом розвиток креативних індустрій відзначався суттєвими нерівностями. Найбільш значущий приріст вартості та зайнятості відбувався завдяки аутсорсингу в ІТ-секторі (гри, мобільні та комп'ютерні додатки, програми), тоді як інші галузі мали менш вражаючі показники.

Важливо відзначити, що креативну індустрію вразила не лише повномасштабна війна, а й серйозні обмеження та перешкоди в роботі, які тривають вже третій рік після введення карантину.

Додаткові труднощі, спричинені війною (за даними з Плану відновлення до середини літа), включають:

- 37% працівників у сфері креативних індустрій втратили роботу або не отримують зарплату під час війни [43].
- Майже 39% креативних бізнесів відзначають зменшення або зникнення замовлень і продажів.
- У чверті креативних бізнесів падіння оборотів становить понад 90%.
- Одна п'ята (20%) представників креативних індустрій емігрували за кордон через війну [43].

Як показує на рисунку 3.1 узагальнена оцінка розвитку «креативних індустрій» економіки України існує ціла низка проблем у її розбудові.

Узагальнюючи слід особливо підкреслити щов Україні досі не має належних стимулів для юридичної реєстрації творчих підприємств. Причини цього можна віднайти в серйозних труднощах щодо фінансування креативних індустрій. Зокрема, відсутність відповідного законодавства про спонсорство та меценатство утруднює створення сприятливих умов для бізнесу, який бажає підтримувати культурні проекти.

Іншою проблемою є перешкоди для міжнародної співпраці, які включають неефективне регулювання спільних міжнародних проектів у сферах кіно та музичної індустрії, неузгоджене законодавство та недостатньо привабливі умови та механізми стимулювання міжнародної співпраці [29].

Також важливо відзначити неефективний механізм контролю за виконанням законодавства в даній сфері. Це призводить до високого рівня тіньового ринку, що становить близько 60%. Це ускладнює можливість представників галузі отримати підтримку в рамках державних програм.

Діяльність багатьох творчих підприємств пов'язана з організацією масових заходів, які потребують планування та координації заздалегідь. Проте низька доступність інфраструктури стикається з проблемою карантинних обмежень, які непостійно змінюються, не дозволяючи організаторам адекватно планувати події.

Найменування	• Узагальнена оцінка
ВВП креативних індустрій та зайнятість	• КІ в Україні генерують близько 3,0% ВВП і забезпечують 2% зайнятості. Більше частину ВВП (43%) забезпечує комп'ютерне програмування, що і забезпечує стрімке зростання зайнятості та кількості суб'єктів господарювання. Помірний внесок у ВВП можна порівняти з середнім світовим показником (3% світового ВВП). Однак він є суттєво нижчим за середній показник у провідних країнах світу (11,2% у США, 10,3% в Австралії, 6,0% у Нідерландах).
Міжнародна торгівля	• Тенденція до росту експорту креативних послуг, значну частину яких становлять комп'ютерні послуги. В структурі торгівлі креативні товари не відіграють суттєвої ролі.
Видатки зведеного бюджету	• Низький рівень видатків за статтями витрат, які віднесені до сфери КІ, особливо у сфері культури (менше 2%). У структурі видатків переважає оплата праці та поточні видатки. Необхідність у якісних змінах механізмів державного фінансування сфери КІ
Капітальні інвестиції	• Частка капітальних інвестицій держави в секторі є низькою, що вказує на недостатнє державне фінансування порівняно з іншими галузями, що зумовлює зменшення обсягів доступних фінансових ресурсів для розвитку та уповільнює ріст валового продукту КІ
Витрати на інновації промислових підприємств	• Тенденція до зменшення витрат на інновації (у % до ВВП). Низький рівень інноваційної активності та недостатність фінансових ресурсів. Рівень розвитку інноваційної інфраструктури залишається на низькому рівні у порівнянні із провідними країнами світу, що обмежує можливості держави у підтримці креативних Кі
Витрати на виконання наукових досліджень і розробок	• Тенденція до зменшення витрат на НДР (у % до ВВП). Темпи приросту ВВП перевищують темпи приросту витрат на НДР, що свідчить про екстенсивний характер розвитку та нереалізований науково-технологічний потенціал вітчизняних підприємств

Рис. 3.1 Узагальнена оцінка розвитку «креативних індустрій» економіки України

Джерело: [28, 43,54]

Це призводить до додаткових збитків, оскільки скасування або перенесення заходу обійдеться організаторам у середньому 30% його вартості.

Разом з тим можна впевнено стверджувати що Україна має потенціал стати вагомим гравцем у глобальній креативній економіці, але для цього потрібно продовжувати вдосконалювати умови для розвитку та стимулювати інновації в різних креативних індустріях.

Паралельно з цим, важливо акцентувати увагу на сконцентрованому розвитку окремих культурно-творчих індустрій. Підтримка та просування української культурної спадщини як ключового елементу креативної економіки може сприяти не лише економічному зростанню, але й укріпленню національної ідентичності та позиціонуванню України на світовій арені.

Сприяння розвитку креативних кластерів і екосистем, де представники різних галузей можуть обмінюватися ідеями та співпрацювати, також є важливим напрямком. Це може створити сприятливе середовище для зростання синергії та виникнення нових ідей та проєктів.

Також слід відмітити, що однією з ключових складових успіху креативної економіки є розвиток інфраструктури для сприяння стартапам та інноваційним проєктам. Створення інкубаторів, акселераторів та сприяння взаємодії між бізнесом, наукою та громадськістю може значно полегшити шлях для новаторських ідей від концепції до ринку [37].

Усе це може сприяти формуванню в Україні стійкого екосистемного середовища для розвитку креативної економіки, яке враховує сучасні тенденції та виклики. Продовження активної підтримки та розвитку креативних галузей може забезпечити не лише економічний успіх, але й підвищити привабливість України на світовому ринку та сприяти розбудові країни як інноваційного центру.

Однак при огляді майбутнього креативної економіки відзначається позитивний перспектива її розвитку. Дослідження показують, що споживачі по всьому світу планують виділяти більше коштів на товари креативної економіки. Після відновлення глобальної економіки після періоду стагнації, ймовірно, відбудеться відновлення рекламних бюджетів. Хоча автоматизація може підвищити продуктивність у креативних сферах, творчі завдання, здається, залишатимуться важкими для автоматизації, особливо в секторі програмного забезпечення [18].

Експерти вважають, що креативна економіка може відновитися сильніше і стати більш потужною, сприяючи співпраці за межами географічних кордонів і використанню новітніх технологій. Взаємовідносини між сегментами ймовірно

означатимуть, що досягнення в одній галузі сприятимуть росту в інших секторах креативної економіки, що сприяє розвитку цієї екосистеми. Наприклад, сервіси відео на вимогу продовжать стимулювати продажі ігор, шоу та книг, а автори продовжать генерувати інтелектуальну власність, що підтримує створення цікавих змістів [32]. Такі взаємодії можуть збільшити важливість відносин між різними секторами креативної економіки. Загалом креативний сектор стає все більш важливим гравцем у глобальній економіці, приносячи не тільки культурні цінності, але й значний внесок у соціальний та економічний розвиток. Проведене дослідження дозволяє визначити основні перспективи розвитку та трансформації цього сектору в аспектах інновації та технології, глобальної співпраці, економіки споживання контенту, соціокультурної вартості, освіти і «розбудови» талантів: Тка зростання використання технологій в креативних індустріях прискорює швидкість створення та поширення нових продуктів. Використання штучного інтелекту, віртуальної реальності та інших інноваційних технологій дозволяє креативному сектору розширювати свої можливості [36]. Завдяки зростанню глобалізації і зручності міжнародних комунікацій, креативні професіонали мають унікальну можливість співпрацювати та обмінюватися ідеями незалежно від місця проживання. Це сприяє створенню більш різноманітних та інноваційних продуктів. Зростаюча потреба в розважальних та культурних продуктах, таких як фільми, музика, ігри та мистецтво, створює великий попит на креативні послуги. Це відкриває нові можливості для творців та підприємців у цьому секторі. Також Заохочення співпраці між різними галузями створює простір для новаторських ідей та продуктів. Кросс-індустріальна інтеграція може сприяти виникненню нових галузей та вирішенню складних проблем. Креативний сектор вносить значний внесок у соціокультурну та ідентичнісну сфери суспільства. Розвиток цього сектору сприяє формуванню унікального обличчя кожної культури та сприяє взаєморозумінню між різними групами людей [8]. Зростаючий інтерес до креативних професій вимагає розвитку відповідної освіти та підтримки талановитих особистостей. Розвиток програм навчання в галузі мистецтва, дизайну та інших креативних сфер стимулює виникнення нових талантів. Загалом інвестиції

в освіту та розвиток талантів стають ключовими факторами для забезпечення сталого розвитку креативного сектору. Нові покоління творчих мислителів можуть призвести до нових ідей та досягнень. Окремо слід зазначити перспекти забезпечення сталості та екологічної урбанізації. Саме зростання уваги до сталого розвитку веде до змін в інфраструктурі та управлінні, що може стати новим простором для креативних вирішень та проектів.

Вищезазначені перспективи трансформації креативного сектору глобальної економіки мають важливі наслідки для розуміння і побудови державної політики у період відновлення світової економічної системи після усунення проблем, пов'язаних з Covid-19 та військовими конфліктами. Безумовно у найближчій перспективі буде спостерігатися збільшення ролі кластерів креативних індустрій у регіональному розвитку, адаптація політики щодо компетенцій і навичок стає ключовою через зростання важливості розвитку креативності та різноманіття технічних навичок. Глобальна конкурентоспроможність стає стратегічною метою для країн та регіонів, які мають конкурентні переваги в галузі виробництва креативних товарів і послуг на світовому ринку.

Дослідження показало, що до ключових глобальних викликів розвитку креативного сектору глобальної економіки слід виділити наступні, а саме:

- На майбутньому ринку праці буде великий попит на м'які, когнітивні, адаптивні та творчі навички [33,61].
- Постійний доступ до контенту в режимі онлайн значно розширить можливості збуту креативної продукції.
- Вплив цифровізації та технологій поглибитися, що спричинить появу нових "відтінків" в індустріях креативної економіки та нові підходи до її просування.
- Цифрова трансформація креативної економіки вимагатиме ефективного захисту цифрових прав людини.
- Розвиток електронної комерції значно збільшить масштаби креативного бізнесу.

- Швидкозростаючий сектор інтернет-реклами стане одним із ключових каналів збуту креативної продукції.
- Розшириться роль індустрії моди в рамках креативної економіки [50].
- Регіональні населені пункти будуть розглядатися як потенційні локації для розвитку креативних індустрій та креативної економіки у цілому.

Розуміючи перспективи подолання вищезазначених викликів можна впевнено стверджувати що природа креативної економіки буде продовжувати змінюватися, а окремі галузі можуть процвітати чи зазнавати занепаду, також є висока ймовірність виникнення нових сегментів креативно-глобальної економіки.. Загалом, креативний сектор займає важливе місце в глобальній економіці, і його подальший розвиток може стати джерелом інновацій, росту та культурного обміну в умовах сучасного світу.

3.2 Напрями розбудови креативного сектору економіки України

Креативна економіка України поступово розвивається, хоча наразі вона не досягла того самого рівня розвитку та популярності, як у країнах Європейського Союзу. Однак у нашій країні існує значний потенціал, який постійно розширюється щороку, але для сприяння йому необхідна підтримка національних ініціатив. Перший крок - це систематизація всіх статистичних даних про ринок креативної економіки та їх активне удосконалення. Також вельми важливо, щоб взаємовідносини між представниками влади та представниками креативних індустрій були безпроблемними. Другий аспект - потреба в інтеграції всіх галузей економіки з креативними індустріями та вдосконаленні механізмів функціонування галузі культури [44]. Таким чином, Україна має можливість створити відповідне майбутнє, де інновації та креативність гратимуть ключову роль у процесі економічного зростання.

У дослідженні ЮНЕСКО висунуто різноманітні рекомендації для ефективного виявлення та захисту інтересів митців і працівників культури, які можна розділити на чотири основні категорії.

По-перше, важливо збільшити державні інвестиції в креативну економіку та високотехнологійні рішення, спрямовані на підтримку "дистанційної" поставки товарів і послуг у креативних галузях. Згідно з даними ЮНЕСКО, ці галузі вносять суттєвий внесок у світовий ВВП та створюють значну кількість робочих місць [46].

По-друге, необхідно впроваджувати державний підхід до регулювання креативних індустрій, що передбачає бюджетні асигнування для культурних установ та розвинене стратегічне планування на міжнародному та національному рівнях.

По-третє, у зв'язку зі зростанням безробіття під час пандемії, важливо створити нові можливості для творчості та зменшити невідповідність між освітою, навчанням і можливостями роботи. Зокрема, акцент робиться на необхідності забезпечення творчих талантів можливістю отримання освіти у ранньому віці та адаптації до цифрового світу.

Остання рекомендація ЮНЕСКО стосується активного використання даних для кращого управління в культурному секторі. Збір та обмін даними можуть сприяти не лише формулюванню законодавства у сфері культури, але й полегшити працевлаштування, виплату роялті та визначення освітніх вимог [46]. Заповнення прогалин в базах даних щодо художників, розмірів гонорарів та авторських прав, а також їхнього внеску у ВВП є невідкладним завданням.

Отже, в першу чергу, держава виявляє зацікавленість у розширенні креативного сектору економіки та зобов'язується активно підтримувати його розвиток, впроваджуючи такі політичні заходи:

- Розробка та ухвалення відповідних державних програм, стратегій та планів дій у сфері креативної економіки
- Створення організацій (державного та громадського типу), які можуть та будуть реалізовувати цілі та завдання, визначені у стратегічних документах розвитку вітчизняної креативної економіки.

- Підтримка діяльності недержавних спеціалізованих організацій у галузі мистецтв - це може бути музика, кіно, дизайн тощо (на базі використання досвіду та за прикладами Великобританії, Південної Кореї, США, Китаю тощо).
- Покращення процедур фінансування загальнодержавних програм, державних цільових програм та стратегій розвитку вітчизняних креативних індустрій.
- Активна міжнародна співпраця у сфері розвитку креативного сектору.
- Сприяння та нарощення взаємодії між основними «стейкхолдерами креативної економіки» для обміну думками, визначення потреб, об'єднання спільними ідеями та розробки ефективних інструментів.
- Створення надійного правового регулювання прав інтелектуальної власності.
- Впровадження системного та якісного аналізу креативних індустрій національної економіки.
- Впровадження та розбудова державно-приватного партнерства у креативних індустріях.

Також орієнтуючись на коротко- і середньострокову перспективу вважається за доцільним реалізацію наступних заходів:

- Покращення фінансування «Українського культурного фонду» та підвищення його ефективності для просування вітчизняного креативного-культурного продукту на глобальному ринку до 2026 року;
- запровадження нових освітніх програм за для навчання представників креативних індустрій навичкам роботи на глобальному ринку, включаючи продажі на онлайн-маркетплейсах, використання міжнародних платіжних систем, аналізу та побудові міжнародних логістичних ланцюгів, та захист авторських прав [18];
- активізація комунікації та розповсюдження ініціативи «Spend with Ukraine» для підтримки українських товарів та послуг за кордоном, а також заохочення українських брендів реєструватися на платформі. Використання соціальних мереж для просування та спілкування [18];

- підтримка креативних фахівців, які повертаються в Україну після війни або відновлюють свою діяльність, з компенсацією зарплат на період від 2023 до 2025 року для 15000-17000 працівників у сфері креативних індустрій;
- розробка системи грантових програм на підтримку виробничої та експортної спроможності креативних індустрій на 2023-2028 роки, що охоплює закупівлю сировини, обладнання, логістику, релокацію та витрати на маркетинг і IT-підтримку;
- створення та запуск громадського «Національного офісу» розвитку креативних індустрій як ключового постачальника державної підтримки для креативного бізнесу та інноваційного розвитку на період 2023-2028 років [37];
- підтримка проєктів у галузі культури та креативних індустрій через Український культурний фонд на грантових засадах для відновлення господарської діяльності, інноваційного культурного продукту, індивідуальних митців та міжнародного співробітництва в сфері культури та креативних індустрій в період з 2023 по 2028 роки [18, 71];
- створення програми із підтримки креативних хабів і розвитку креативних просторів та кластерів;
- підтримка кроссекторальних проєктів у сфері креативних індустрій, включаючи посилення взаємодії та колаборації між секторами креативних індустрій та обмін досвідом між різними галузями;
- побудова та розвиток стратегічного партнерства з міжнародними партнерами в сфері креативних індустрій

Незважаючи на намагання вийти з складної ситуації, офіційні особи, представники влади і креативного сектору є єдинодумцями щодо того, що креативним індустріям найближчим часом допоможе не лише повноцінне відновлення роботи, але й значні інвестиції. Ці інвестиції необхідні не лише для великої кількості стартапів у секторі креативних індустрій, а й для відновлення всіх інших галузей. Розвиток креативних індустрій прямо пов'язаний з економічним прогресом країни. За зростанням в економіці підніматиметься фінансове

забезпечення культури завдяки інвестиціям громадян та приватного бізнесу (інвестування в культуру стане престижним). Проте успішними залишатимуться процеси дерегуляції та лібералізації економіки, коли спрощення митних та адміністративних процедур, чітка система оподаткування, відсутність корупції та тиску сприятимуть розвитку бізнесу та культури, а також прибутковому зростанню. Планування діяльності креативних індустрій, включаючи їх конкурентоспроможність, ускладнюється неможливістю точного передбачення попиту на продукцію, оскільки багато галузей залежить від смаків і вподобань споживачів. З урахуванням того, що економіка України є прикладом розвиваючоїся, ключовими факторами забезпечення конкурентоспроможності креативних індустрій будуть часткове фінансування державою витрат на оплату праці; грантове фінансування діяльності креативних індустрій; розробка програм зниження податкових обов'язків; створення антикризових програм для компаній, які не можуть працювати в онлайн-режимі; зменшення орендної плати за комерційну нерухомість на період карантину.

За думкою експертів, оскільки майбутнє глобального розвитку тісно пов'язане з креативною економікою, Україна може переосмислити свою роль і стати лідером у світовому розвитку, навіть у важких умовах війни та післявоєнного відновлення. Як вже було неодноразово зазначено раніше у роботі, розвиток країни навколо креативної економіки має безліч переваг для самої економіки. По-перше, це сприятиме швидкій цифровізації, яка вже активно відбувається в Україні, підвищуючи прозорість процесів на всіх рівнях.

Додатково, це сприятиме поверненню українців, які залишають країну, надаючи їм можливість займатися високооплачуваною роботою. Талановиті люди матимуть можливість реалізувати свій потенціал в Україні, не шукаючи кращого життя за кордоном. Інвестування в креативну економіку також прискорить соціальний розвиток країни.

У той же час важливо підтримати сектори креативної економіки, які не надто активно розвивалися до війни та тепер знаходяться в складних умовах. Це може стати можливим завдяки збільшенню експорту творчої продукції через війну. Це, в

свою чергу, підвищить впізнаваність України на світовому ринку та залучить інвестиції в країну.

ВИСНОВКИ

У другій половині XX століття, в умовах нових трансформаційних перетворень та становлення економіки, що ґрунтується на знаннях, ключовим фактором для економічного зростання та ефективного розвитку в глобальному масштабі стає людина та її творчість. Збільшення конкуренції, стрімкі технологічні зміни та постійна тяга до інновацій роблять розвиток креативності центральним у сучасному економічному просторі.

Вивчення наукової літератури показує різноманітні підходи вчених до тлумачення поняття "креативна економіка". Згідно з їхніми поглядами, креативну економіку можна розглядати як "інноваційну", "постіндустріальну", "творчо-дивергентну", "сервісно-інтенсивну". Ознаками креативної економіки є постійний інноваційний розвиток, важлива роль людського капіталу у прогресі країни, інвестиції в нові товари, послуги, технології та людський капітал, висока частка наукомісткої продукції в ВВП, конкуренція на основі інновацій, спеціалізація та співпраця в інноваційній сфері між різними економічними суб'єктами, а також створення комплексів виробництв із міжгалузевим та глобальним характером. Також важливими є висока наукоємність виробництва та високий рівень професійної підготовки працівників, а також захист об'єктів інтелектуальної власності.

Загалом, розвиток креативної економіки визначається взаємодією різноманітних концепцій та стратегій, спрямованих на підтримку творчого потенціалу суспільства, інновацій та розвитку креативних галузей. З нашої точки зору, основні теоретичні підстави креативної економіки включають такі концепції, як креативні індустрії, інновації та творче руйнування, ринок креативного класу, креативний регіон, когнітивний капітал, креативний ринок, взаємодія довкілля, інновацій та креативності, відкритий інноваційний процес, економіка знань, ефект мережі, гнучка спеціалізація, концепція "трикутника знань" та інші.

Основні фактори, які визначають умови формування та розвитку креативного сектору світової економіки, пов'язані з глобалізацією, змінами в попиті споживачів, розвитком освіти та підтримкою інновацій. Важливо відзначити, що креативність не обмежується лише сферою мистецтва; вона є ключовим фактором успіху у всіх галузях економіки.

Міжнародний розвиток креативного сектору обумовлений такими передумовами, як глобалізація та інформаційна революція, зростання глобального попиту на креативні продукти та послуги, посилення ролі освіти та розвитку творчих навичок, інтенсифікація та всебічна підтримка інноваційної діяльності, науки та досліджень, технологічний прогрес та цифрова трансформація, розвиток творчої інфраструктури, сприяння та розвиток культурного різноманіття, а також активна участь громадськості та громадянського суспільства у соціальному розвитку світового суспільства.

Проведене дослідження виявило вплив креативного сектору на глобальну економіку через аналіз економічних, інноваційно-технологічних, культурних, освітніх та інших аспектів. Дослідження підтвердило, що розвиток індустрії креативної економіки призводить до суттєвих трансформацій у світовому господарстві, змінюючи напрям та характер економічних процесів.

На даному етапі розвитку вирішальними стали галузі, що базуються на творчості, інноваціях та інтелектуальних ресурсах, виходячи за межі традиційних виробничих секторів. Інтелектуальні зусилля, творчість та інноваційний підхід до бізнесу тепер займають центральне місце в глобальній економічній системі.

Поняття "креативна індустрія" виникло приблизно двадцять років тому та об'єднує творчий та комерційний аспекти сучасної економічної системи. На сьогоднішній день всі національні економіки світу практично визнають важливість "креативних індустрій". Однак ці індустрії поступово вступають в новий етап розвитку, що охоплює більш широку категорію - "креативна економіка". Загалом, креативні індустрії охоплюють різноманітні сфери, такі як дизайн, музика, кіно, мистецтво, архітектура, веб-розробка, реклама та інші.

Наявність широкого спектру моделей "креативних індустрій" призводить до виникнення особливостей у функціонуванні цих галузей у різних країнах, що зумовлено культурними, економічними та історичними контекстами. Кожна країна має свій унікальний підхід до розвитку креативних індустрій, проте спільними факторами для них є технологічний прогрес, підтримка інновацій та глобалізація, які впливають на їх функціонування та формують світову культурну карту.

Визначено, що масштаби діяльності у креативному секторі глобальної економіки охоплюють різні аспекти, від економічних до соціокультурних, від інновацій до освіти. Розвиток цього сектору сприяє формуванню збалансованого, конкурентоспроможного та культурно насиченого суспільства. Цьому свідчить постійний ріст міжнародної торгівлі творчими товарами у всьому світі.

За останні десятиріччя відбувся значний ріст світового обсягу експорту креативних товарів, зі зростанням від 419 мільйонів доларів у 2010 році до 524 мільйонів доларів у 2020 році. У той самий період експорт креативних послуг також значно збільшився, з 487 мільярдів доларів до практично 1,1 трильйона доларів.

Цей зростання обсягу експорту креативних товарів і послуг обумовлений активним розвитком експорту програмного забезпечення, послуг у галузі досліджень та розробок, а також "дематеріалізацією" певних креативних товарів. Статистичний аналіз показує, що середньорічний темп зростання експорту креативних товарів становив 3,5% від 2006 до 2020 року, порівняно з середньорічним зростанням загального експорту на рівні 2,4%.

Навіть із цим позитивним трендом, сектор експорту креативних товарів сильно відчув вплив пандемії COVID-19 та закриття магазинів у всьому світі. У 2020 році експорт креативних товарів зменшився на 12,5%, що перевищує загальний зворотний тренд у світовому експорті товарів, який склав лише 7,2%. Зауважимо, що важливість експорту креативних послуг значно зросла, складаючи 17,4% від загального обсягу експорту послуг у 2019 році, а в 2020 році досягла 21,4%, зокрема через різке зменшення торгівлі туристичними послугами.

Перехід до електронної комерції та цифрових платформ отримав поштовх від пандемії COVID-19, що викликала зміни в креативній економіці. Тим не менше,

вплив самої пандемії та військових дій у світі став відчутним для світової креативної індустрії, призводячи до закриття культурних закладів і великих втрат у доходах від сфери культури та творчості. Оцінки фахівців свідчать про втрату понад 10 мільйонів робочих місць і глобальні збитки, які в 2021 році перевищили 760 мільярдів доларів США.

Відповідно до прогнозів різних міжнародних інституцій, від 2022 до 2027 року більша частина доданої вартості буде генеруватися в основному завдяки інтелектуальним (креативним) аспектам виробництва.

Україна відзначається поступовим переходом від традиційних до інноваційних галузей в креативній економіці. Інформаційні технології, дизайн, реклама, медіа, культура та мистецтво стають важливими складовими цього процесу.

За останні 10 років галузі креативної економіки в Україні значно зросли. У 2013 році їхня валова додана вартість становила 31 млрд гривень (3% від загальної доданої вартості), а у 2019 році ця цифра зросла до 117,2 млрд гривень (3,9% від загальної доданої вартості). Кількість компаній і працівників у цих галузях також стрімко збільшується, досягаючи у 2019 році 205,5 тис. підприємств і понад 350 тис. працівників. Значно зросли і експортні обсяги послуг ІТ-сектору.

Разом із позитивним розвитком у ІТ-секторі з 2013 по 2020 рік, відзначається зниження експорту телекомунікаційних послуг на 3,7 рази (з 344,6 до 93,5 млн доларів США), наукових і технічних послуг на 1,6 рази (з 426,2 до 269,0 млн доларів США), досліджень та розробок на 2,1 рази (з 262,5 до 125,4 млн доларів США), а також культурних, аудіовізуальних і рекреаційних послуг.

Поза ІТ-сектором інші галузі креативної економіки в Україні розвиваються повільно або перебувають у стані рецесії. Креативні індустрії виявляються одними з найбільш вразливих сфер української економіки під час пандемії COVID-19 та війни. Нажаль, вплив креативного сектору на українську економіку залишається обмеженим як у ВВП, так і в зайнятості.

Визначено, що основні проблеми трансформації креативного сектору світової економіки пов'язані з загрозами сучасного розвитку економічної системи, зокрема:

глобальна цифровізація/ цифрова трансформація та автоматизація суспільства; порушення авторських прав та копірайтинг; дефіцит інвестиційних та фінансових ресурсів для активного розвитку; порушення основних принципів етики та суспільної відповідальності; інтенсифікація конкуренції та монополізація креативної економіки; зміна сприйняття цінностей та зменшення соціально-культурної різноманітності; зміна споживчих уподобань глобальних споживачів; відсутність надійного захисту особистої інформації; зміна літературної та мовної різноманітності; недосконалість алгоритмів фільтрації інформації; обмеження співпраці та інтеграції окремих суб'єктів і індустрій креативної економіки; бюрократичні бар'єри; небезпека збереження історичної та культурної спадщини.

Однак, при огляді майбутнього, креативна економіка може відновитися сильніше і стати більш потужною, сприяючи співпраці поза географічними кордонами і використанню передових технологій. Взаємодія між сегментами глобальної економіки буде означати, що досягнення в одній галузі сприятимуть зростанню в інших секторах креативної економіки, що сприятиме розвитку всієї екосистеми людства.

Дослідження підтверджує, що необхідно надавати більшу підтримку креативним галузям для їх активного впровадження в інноваційну економіку та систему доданої вартості. Умови сучасної ринкової економіки вимагають комплексного підходу, урахування можливих ризиків, критичного ставлення до інформаційного шуму, гнучкості та креативності у пошуку нестандартних рішень, що можуть призвести до позитивних змін у креативному секторі глобальної економіки.

Враховуючи потенціал креативних галузей, визначення їх як пріоритетного напрямку стратегічного розвитку дозволить Україні забезпечити належний рівень конкурентоспроможності на світовій арені та скоротити відставання від провідних країн у світовому економічному розвитку. Першочерговими, необхідними змінами повинні стосуватися нормотворчої діяльності (для закріплення важливої ролі культури та креативності в розвитку країни; формування плану сталого розвитку на всіх рівнях влади), інфраструктури та фінансування (для підтримки розвитку

необхідної інфраструктури та креативних центрів), навичок, знань та ринків (для стимулювання розвитку креативності та підприємницьких навичок у системі освіти), міжнародних відносин та співробітництва.

В подальшому розвитку кожного з цих напрямків можна підняти креативні індустрії в Україні на новий рівень. Креативний сектор, який є ключовою складовою української економіки, може служити моделлю для розвитку підприємництва з високим ступенем залучення людського фактору. Отже, стає актуальною необхідність критично оцінити творчість та вивчити її статус в українському суспільстві. Початок просвітницької кампанії повинен розпочатися з розробки та впровадження нових освітніх програм для професіоналізації цього сектора та стабілізації кар'єрних траєкторій. Для прийняття обґрунтованих рішень важливо вивчити роль креативного класу в національній суспільній системі.

З урахуванням зростання економічного значення креативних індустрій для України стає настійною потреба у вдосконаленні національної статистики для уточнення теоретичних аспектів та отримання необхідної емпіричної інформації. Поточна Національна статистична система не забезпечує необхідних даних, що призводить до ускладнень і сповільнює процес аналізу та прогнозування в даній галузі. Для поліпшення національної статистичної системи важливо врахувати ключові аспекти, такі як узгоджена система показників і збір даних, відповідно до міжнародних стандартів. Стандартизована статистична база даних креативних індустрій сприятиме стратегічному розвитку цього сектора у співпраці з урядом, місцевою владою, приватним бізнесом, фізичними особами та іноземними партнерами.

Проте успішними залишатимуться процеси дерегуляції та лібералізації економіки, коли спрощення митних та адміністративних процедур, чітка система оподаткування, відсутність корупції та тиску сприятимуть розвитку бізнесу та культури, а також прибутковому зростанню.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. G20 (2021). Creative Economy 2030: Inclusive and Resilient Creative Economy for Sustainable Development and Recovery. Policy brief, G20 Culture working Group, G20 Italy. Available at: https://www.g20-insights.org/policy_briefs/creative-economy-2030-inclusive-and-resilient-creativeeconomy-for-sustainable-development-and-recovery/.
2. Creative Economy Programme. UNCTAD. URL: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>
3. The Future of the Creative Economy. Deloitte. 2021. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>
4. Самійленко Г. М. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2020. №2. С. 31 – 42. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/219366/219126>
5. Farmakis E. Fostering the Creative Economy. Stanford Social Innovation Review. 2014. URL: https://ssir.org/articles/entry/fostering_the_creative_economy
6. Brooks A. What Is the Creative Economy? The True Impact of a Career in the Arts. Rasmussen University. 2019. URL: <https://www.rasmussen.edu/degrees/design/blog/what-is-the-creative-economy/>
7. Creative economy offers countries path to development, says new UNCTAD report. 2022 URL: <https://unctad.org/news/creative-economy-offers-countries-path-development-says-new-unctad-report>
8. Global exports of creative economy hit \$1.6tn and are set to grow further 2022 URL: <https://www.thenationalnews.com/business/economy/2022/10/08/global-exports-of-creative-economy-hit-16tn-and-are-set-to-grow-further/>
9. The role of creative industries in developing countries | Experts' Opinions. 2022. URL: <https://www.developmentaid.org/news-stream/post/148202/the-role-of-creative-industries-in-developing-countries>

10. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. 2013. 288 с.
11. Restrepo B., Felipe P. The Orange Economy: An Infinite Opportunity. Inter-American Development Bank. 2013. URL: <https://publications.iadb.org/en/orange-economy-infinite-opportunity>
12. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. Монографія Львів: ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”, 2017. 528 с. URL: <https://ird.gov.ua/irdp/p20170702.pdf>
13. McGuinness M. The Rise of the Creative Economy. Lateraction. 2008. URL: <https://lateralaction.com/articles/creative-economy/?cn-reloaded=1>
14. Bilton C. Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management 1st Edition., 2006. 216 с.
15. Creative Economy. British Council. 2019. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/en/programmes/arts/creative-economy>
16. Newbigin J. What is the creative economy?. British Council. 2017. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
17. New talents for the new economy. Creative Britain. 2008. URL: <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/ukgwa/+/http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>
18. Turoiu L. Creative industries and cultural diplomacy in a challenging time. Geopolitica.info. URL: <https://geopolitica.info/creative-industries-and-cultural-diplomacy-in-a-challenging-time/>
19. Cultural and creative industries. Culture & Creativity. 2017. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/course/lecture-5>
20. Suciu M., Fanea-Ivanovici M., Agoston S. Post-crisis evolution of creative industries. Theoretical and Applied Economics. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/335206871_Post-crisis_evolution_of_creative_industries
21. Hartley J. Creative Industries / John Hartley., 2004. – 434 с.

22. Otis College of Art and Design (2021). 2021 Otis College Report on the Creative Economy. Available at <https://www.otis.edu/creative-economy/2021>
23. The economy of culture in Europe. KEA European affairs. URL: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
24. Andreeva T. Creative industries and economic evolution. International Journal of Cultural Policy. URL: https://www.researchgate.net/publication/254225269_Creative_industries_and_economic_evolution.
25. Throsby D. The Economics of Cultural Policy. Sydney: Macquarie University, 2012. 291 c.
26. Florida R. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York. NY: Basic Books, 2002. 404 c.
27. Getzner M. Determinants of Public Cultural Expenditures: An Exploratory Time Series Analysis for Austria. Journal of Cultural Economics. 2002. C. 287 – 306. URL: <https://www.jstor.org/stable/41810800>
28. Tubadji A., Osoba B. Culture-based development in the USA: culture as a factor for economic welfare and social well-being at a county level. Journal of Cultural Economics. 2015. C.277 –303. URL: https://econpapers.repec.org/article/kapjculte/v_3a39_3ay_3a2015_3ai_3a3_3ap_3a277-303.htm
29. Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index. Martin Prosperity Institute. 2011. URL: <http://www.arlt-lectures.com/GCI2011.pdf>
30. Potts J. Why creative industries matter to economic evolution. Economics of Innovation and New Technology. 2009. №18. C. 663 – 673.
31. Martinaitytė E., Kregždaitė R. The factors of creative industries development in nowadays stag. Economics and Sociology. 2015. C. 55 – 70. URL: https://www.economics-sociology.eu/files/ES_Vol8_1_Martinaityt%C3%84%E2%80%9494.pdf
32. Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries. International Journal of Cultural Policy. 2008. C. 233 – 247. URL:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630802281780>

33. Wills A. Strategies for a creative economy. Cida co. 2015. URL: <https://campuscreativo.cl/wp-content/uploads/2015/09/STRATEGIES-FOR-A-CREATIVE-ECONOMY-2015.pdf>
34. Christopherson S. Creative Economy Strategies For Small and Medium Size Cities: Options for New York State. Cornell University. 2004. URL: https://www.researchgate.net/publication/238585686_Creative_Economy_Strategies_For_Small_and_Medium_Size_Cities_Options_for_New_York_State
35. Creative industries strategy. Highlands and Islands Enterprise. 2014. URL: <https://timeline.hie.co.uk/media/1361/creative-industries-creativeplusindustriesplusstrategy.pdf>
36. Felsenstein D. Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. Journal of Travel Research. 2003. №41. C. 385–392. URL: https://www.researchgate.net/publication/237438380_Local_Festivals_and_Tourism_Promotion_The_Role_of_Public_Assistance_and_Visitor_Expenditure
37. Crewe L., Forster Z. Markets, Design, and Local Agglomeration: The Role of the Small Independent Retailer in the Workings of the Fashion System. Sage journals. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1068/d110213?journalCode=epda>
38. 35.22 Recommendations for Development of Creative Industry in Georgia. Culture & Creativity. 2017. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/recommendations-of-representatives-of-creative-industry>.
39. Statistical Portal: Trade Map. ITC. URL: <https://www.trademap.org>.
40. Global Report 2021. Re I shaping cultural policies. UNESCO. 2021. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/global_report_fact_sheet_en.pdf
41. Statistical Portal: The World Bank. The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>
42. Culture statistics-cultural employment. Eurostat. 2021. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics->

[explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment](https://budstars.com/martinprosperity/Global-Creativity-Index-2015.pdf)

43. The Global Creativity Index. Martin Prosperity Institute. 2015. URL: <https://budstars.com/martinprosperity/Global-Creativity-Index-2015.pdf>.
44. Flanagin J. These are the world's "most creative" countries. Quartz. 2015. URL: <https://qz.com/523124/these-are-the-worlds-most-creative-countries/>
45. Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries. UNCTAD. 2018. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf
46. Strengthening the creative Industries for Development in the Republic of Korea. UNCTAD. 2021. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2017d4_en.pdf
47. How Korea is transforming into a creative economy. Culture & Creativity. 2015. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/how-korea-is-transforming-into-a-creative-economy>
48. Total sales of the music industry in South Korea in 2019. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/941291/south-korea-music-industry-total-sales-by-business-type/>
49. John. Korea Creative Content Agency–KOCCA. Seoulz. 2021. URL: <https://seoulz.com/the-korea-creative-content-agency-kocca/>
50. DCMS Creative Economy Programme: Infrastructure Working Group. Creative consultancy. URL: https://tfconsultancy.co.uk/reports/InfrastructureReport_final-edit.pdf.
51. Creative Britain new talents for the new economy. BERR. 2016. URL: <https://static.assets.cam.ac.uk/wp-content/uploads/2016/12/Creative-Britain-new-talents-for-the-new-economy.pdf>
52. Global social media Stats. Datareportal. 2021. URL: <https://datareportal.com/social-media-users>
53. Marketing blog. Tumblr. URL: https://www.tumblr.com/explore/trending?source=homepage_explore
54. Creative Economy Bucks the Trend, Grows Despite Slowdown in Global

Trade. UNCTAD. 2021. URL: <https://unctad.org/press-material/creative-economy-bucks-trend-grows-despite-slowdown-global-trade>

55. How cultural and creative industries can power human development in the 21st Century. United Nations Development Programme. 2020. URL: <http://hdr.undp.org/en/content/how-cultural-and-creative-industries-can-power-human-development-21st-century>

56. Runde D., Seminario M. Rebuilding a More Resilient Cultural and Creative Economy after Covid-19. CSIS. 2020. URL: <https://www.csis.org/analysis/rebuilding-more-resilient-cultural-and-creative-economy-after-covid-19>

57. Runde D. Creative economies in Latin America: an opportunity for Taiwan. The Hill. 2020. URL: <https://thehill.com/opinion/international/523514-creative-economies-in-latin-america-an-opportunity-for-taiwan>

58. Covid-19 crisis closes 90 percent of museums globally, UNESCO plans for reopenings. United Nations. 2020. URL: <https://news.un.org/en/story/2020/05/1064362>

59. Vankin D. 16% of U.S. museums say they risk closing forever in a prolonged pandemic. Los Angeles Times. 2020. URL: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/story/2020-07-22/museums-risk-closing-permanently-covid-pandemic>

60. The impact of the COVID- 19 pandemic on the Cultural and Creative Sector. KEA European affairs. 2020. URL: https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf

61. Perrin T. Country Reports. France. Compendium of Cultural Policies & Trends. 2021. URL: <https://www.culturalpolicies.net/covid-19/country-reports/fr/>

62. Congresistas manifiestan la necesidad de convocar a la Ministra de Cultura a debate de control político. EL Espectador. 2020. URL: <https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/congresistas-manifiestan-la-necesidad-de-convocar-a-la-ministra-de-cultura-a-debate-de-control-politico-article/>

63. En nueve meses, economía naranja ha perdido más de 61.000 empleos. Colombia Forbes. 2020. URL: <https://forbes.co/2020/11/10/economia-y-finanzas/en-nueve-meses-economia-naranja-ha-perdido-mas-de-61-000-empleos/>

64. Macron announces extra aid for French arts sector battered by Covid-19

crisis. France24. 2020. URL: <https://www.france24.com/en/20200506-macron-announces-extra-aid-for-french-arts-sector-battered-by-covid-19-crisis>

65. Online platform Culture Chez-Nous. Ministere de la cultura. 2020. URL: <https://www.culturecheznous.gouv.fr/>

66. Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors. OECD. 2020. URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/>

67. The Solidarity Income Program. 2020. URL: <https://ingresosolidario.prosperidadsocial.gov.co/>

68. Sargent A. Covid-19 and the global cultural and creative sector. Centre for cultural value. 2021. URL: <https://www.culturehive.co.uk/CVResources/covid-19-and-the-global-cultural-and-creative-sector/>

69. 2019 Global Creativity Report. Cannes Lions. 2019. URL: <https://www.canneslions.com/2019-global-creativity-report>

70. How the creative economy can help power development. UNCTAD. 2019. URL: <https://unctad.org/news/how-creative-economy-can-help-power-development>.

71. Creative Industries: Impact on the Development of Ukraine's Economy. Free Network. 2021. URL: <https://freepolicybriefs.org/2021/06/21/creative-industries-impact/>

72. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Kyiv school of economics. 2021. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf>

73. Статистична інформація. Державна служба статистики України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ekon/posl_u.htm.u/menu_u/ekon/posl_u.htm.

ДОДАТОКИ

Додаток А

Джерело (назва організації, англ./укр.)	Зміст визначення
UNESCO (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation / Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури)	Галузі, що поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію творчого змісту, який має нематеріальний та культурний характер. Цей зміст, як правило, захищений авторським правом і може мати форму товару або послуги. Окрім усієї художньої та культурної продукції, вони включають архітектуру та рекламу
UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development / Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку)	Креативні галузі є основою креативної економіки і визначаються як цикли виробництва товарів і послуг, які використовують основний внесок у творчість та інтелектуальний капітал. Вони класифікуються за їх роллю як спадщина, мистецтво, медіа та функціональні твори
WIPO (World Intellectual Property Organization / Всесвітня організація інтелектуальної власності)	Галузі, які є присвяченими, взаємозалежними або прямо або опосередковано пов'язані зі створенням, виробництвом, представленням, виставкою, спілкуванням, розповсюдженням або роздрібним продажом матеріалів, захищених авторським правом
DCMS (Department of Culture, Media and Sports of the United Kingdom / Департамент культури, засобів масової інформації та спорту Сполученого Королівства)	Це діяльність, заснована на творчості, індивідуальному таланті та майстерності, яка має потенціал для створення робочих місць та багатства за рахунок створення та використання інтелектуальної власності
ECLAC (Economic Commission for Latin America and the Caribbean / Економічна комісія для Латинської Америки та Карибського басейну)	Видавнича справа, кіно, телебачення, радіо, фонографія, мобільний контент, незалежна аудіовізуальна продукція, веб-вміст, електронні ігри та вміст, створений для цифрової конвергенції (cross-media)

Рис. А1 Різновиди тлумачення категорій у сфері «креативних індустрій» провідними міжнародними організаціями.

Джерело: [2, 57, 71, 72]

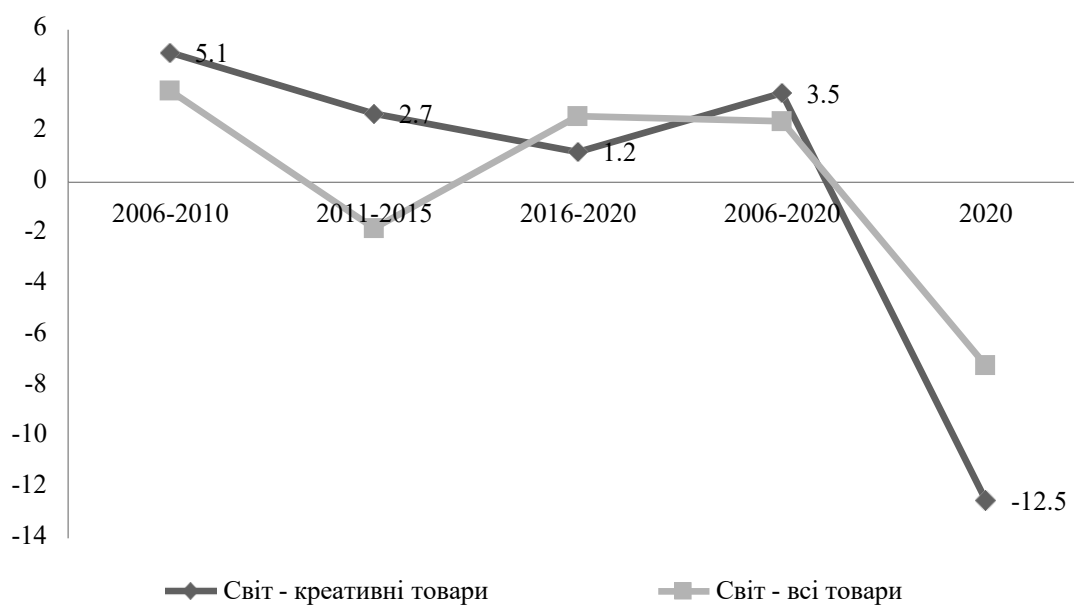


Рис. Б 1 Глобальний річний темп зростання експорту, загальний експорт товарів проти експорту творчих товарів, 2006–2020 рр., %

Джерело: [41,55]

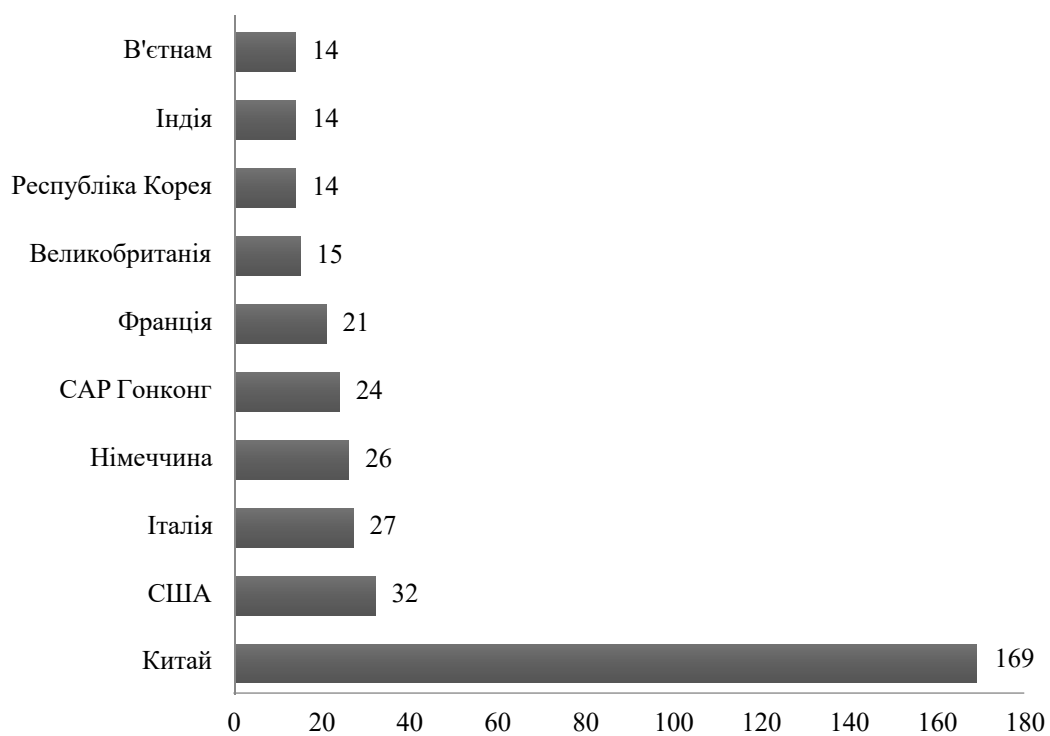


Рис. В1 Десятка найбільших світових експортерів креативних товарів, 2020 рік (млрд. дол. США)

Джерело: [53, 62, 70]

Основні експортери креативних товарів, млрд дол. США

Експорт	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Китай	142.42	167.34	183.86	202.36	172.09	146.61	141.33	149.47	153.92	140.16
Італія	38.28	37.70	41.54	43.09	37.50	37.67	35.69	38.43	39.57	31.37
США	35.42	35.70	37.28	40.42	39.65	39.25	39.76	42.35	38.86	27.74
Франція	24.50	24.44	25.86	26.23	23.52	24.72	26.15	29.24	31.68	25.68
Німеччина	30.58	25.68	26.40	26.97	23.75	24.52	24.93	26.82	25.56	23.16
Гонконг	26.88	25.67	24.56	23.76	21.27	19.12	19.52	20.46	21.64	16.81
Індія	25.30	29.10	22.54	24.93	21.27	23.66	23.14	23.09	24.34	16.69
Великобританія	20.96	23.07	21.93	24.21	26.01	21.43	21.14	21.84	28.63	14.80
В'єтнам	7.37	5.54	6.08	7.33	7.91	8.75	9.02	9.36	12.17	13.68
Польща	6.51	5.97	6.93	7.55	7.24	8.10	8.71	10.66	10.89	11.54
Швейцарія	13.24	13.31	14.00	16.11	15.23	15.42	16.30	17.26	16.41	11.24

Джерело: створено автором на основі [36,61]

Основні експортери креативних послуг, млрд дол. США

Експорт	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
США	155.9 7	162.4 9	171.0 4	177. 6	176. 8	179. 7	191.4 7	186.7 8	192.4 9	190.9 0
Ірландія	49.73	46.66	54.36	63.8	65.1	74.3	88.21	125.0 4	143.6 2	163.9 7
Німеччина	35.52	36.63	42.56	46.3	48.2	56.2	64.56	71.89	71.14	73.33
Індія	47.76	49.89	55.48	56.5	56.8	55.7	56.51	60.86	67.87	71.70
Китай	14.77	17.42	18.13	21.0	27.6	28.4	33.29	53.84	61.63	69.21
Нідерланди	51.66	52.04	53.53	72.6	76.0	67.5	76.94	87.55	99.56	66.18
Великобританія	43.32	42.45	47.73	52.9	54.6	51.7	57.29	64.45	56.24	55.44
Японія	31.18	34.39	34.44	41.0	40.4	43.9	47.85	51.08	54.80	53.14
Франція	32.91	31.37	33.10	37.0	36.0	38.0	40.11	45.42	41.60	38.47
Швейцарія	30.43	34.47	33.75	37.6	36.9	40.5	38.97	44.16	41.07	33.73
Швеція	19.89	20.23	23.31	26.3	25.0	22.1	23.41	25.43	27.42	29.30

Джерело: створено автором на основі [36, 61]

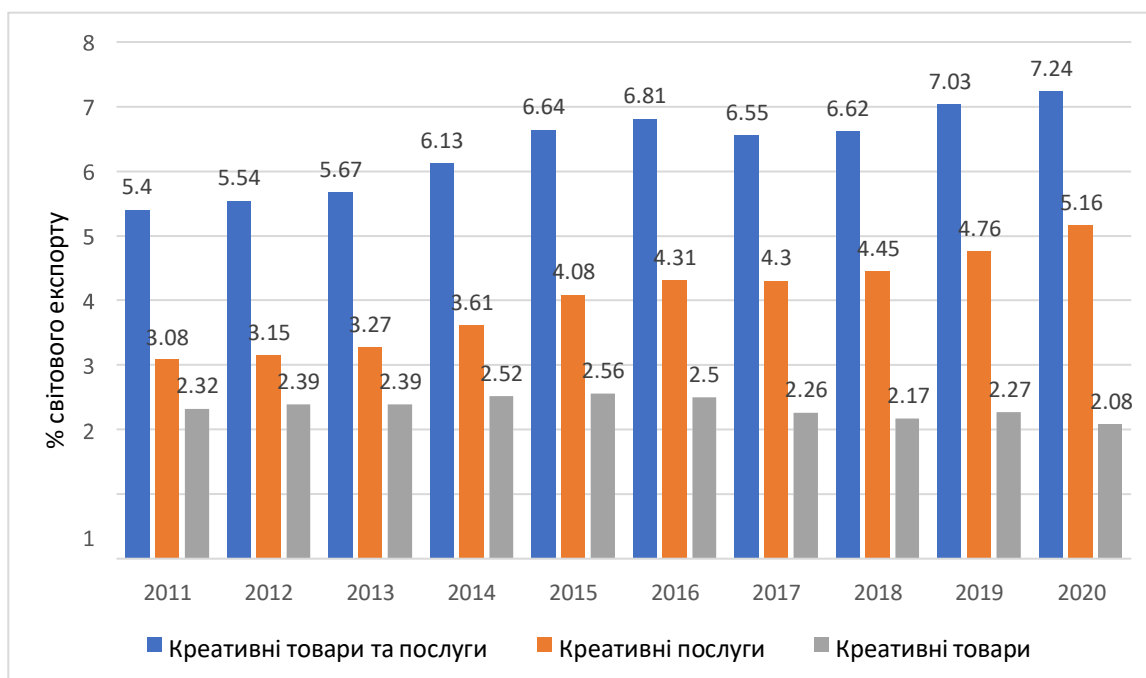


Рис Ж1. Частка креативних індустрій в світовому експорті, % від загального експорту.

Джерело: [53, 62, 70]

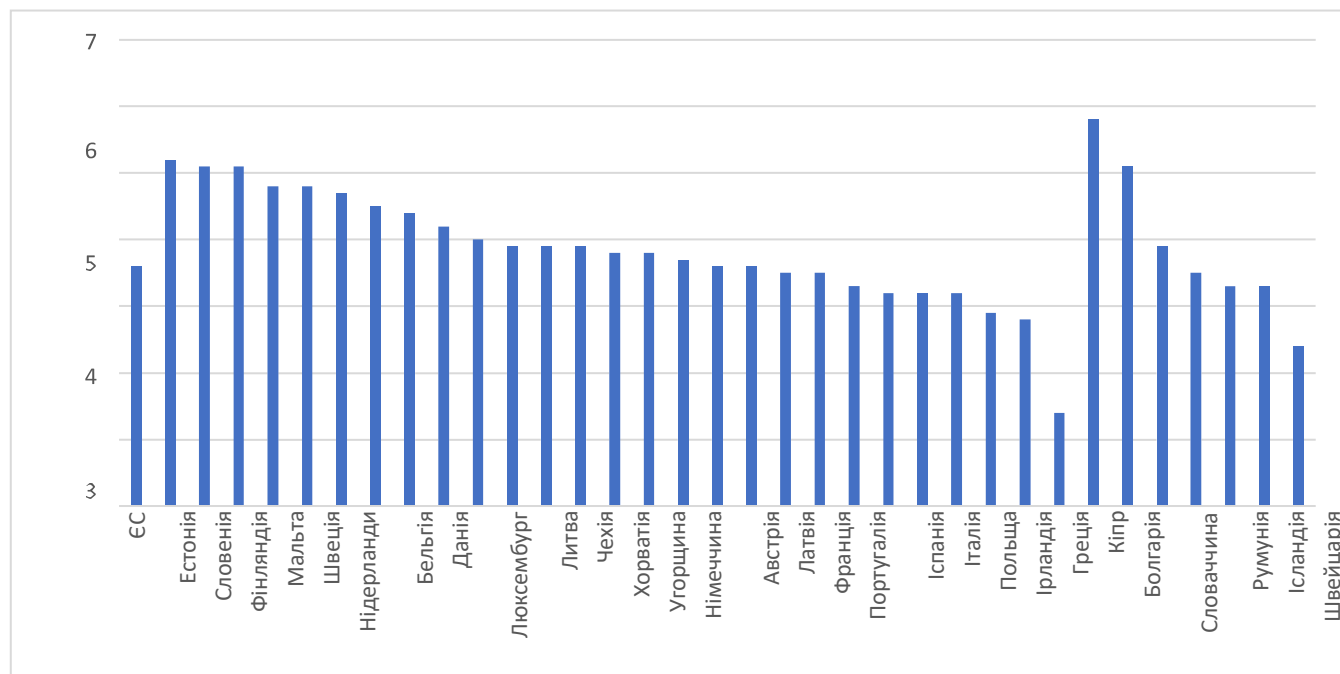


Рис Ж2. Зайнятість населення в креативному секторі в 2020 році, % від загальної зайнятості

Джерело: [53, 62, 70]



Ім'я користувача:
Міжнародної економіки Москалюк Наталія

ID перевірки:
1015959481

Дата перевірки:
01.12.2023 16:30:21 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
01.12.2023 16:31:10 EET

ID користувача:
100005722

Назва документа: КМР_Глаголев_О.П_Розвиток_креативного_сектору_глоб_економіки

Кількість сторінок: 88 Кількість слів: 18449 Кількість символів: 143891 Розмір файлу: 6.44 MB ID файлу: 1015636474

4.61% Схожість

Найбільша схожість: 1.11% з Інтернет-джерелом (https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_53325...)

3.3% Джерела з Інтернету 156 Сторінка 90

2.82% Джерела з Бібліотеки 106 Сторінка 91

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

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

Замінені символи 1

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

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

**Збірник матеріалів
студентської науково-практичної Інтернет-конференції**

**м. Київ
23 листопада 2023 р.**

УДК 339.9:338.246.88](477)(06)
М 88

Організаційний комітет:

Бурмака Микола Олексійович - к.е.н., доцент
Вінська Оксана Йосипівна – к.е.н., доцент
Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор
Козачок Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент
Максименко Анна Вікторівна - к.е.н., доцент
Олійник Вікторія Володимирівна - к.е.н., доцент
Поплюйко Андрій Миколайович – к.е.н., доцент
Прісяк Сергій Олександрович – старший викладач
Сандул Марія Станіславівна - к.е.н., доцент
Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент
Столярчук Ярослава Михайлівна - д.е.н., професор
Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент
Циганкова Тетяна Михайлівна - д.е.н., професор
Черницька Тетяна Володимирівна - к.е.н., доцент

(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

Міжнародний вимір відновлення економіки України: 3б.
М 88 матеріалів студентської наук.-практ. Інтернет-конф. [Електронний ресурс],
23 листопада 2023 р., м. Київ. – Київ: КНЕУ, 2023. – 344 с.
ISBN 978-966-926-461-9

У збірнику подано тези доповідей студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету міжнародної економіки і менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

УДК 339.9:338.246.88](477)(06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

ISBN 978-966-926-461-9

© КНЕУ, 2023

ЗМІСТ

Коган В.Ю.	8
Пріоритетні напрями економічного розвитку міжнародної торгівлі України	
Кузнецов О. А.	11
Взаємозв'язки України з країнами Центральної Європи в рамках субрегіональних економічних організацій	
Самура О.О.	14
Стан та тенденції розвитку світового ринку франчайзингу	
Сінчук П.С.	17
Механізми функціонування офшорних зон в світовій економіці	
Астахов О.А.	20
Теоретичні аспекти управління фондовим портфелем	
Шаповалова Д.П.	21
Особливості розвитку столичних мегаполісів	
Іванов І.О.	24
Необхідність трансформації фінансової звітності українських підприємств в умовах сьогодення	
Канінська А.М.	27
Розвиток та становлення столичних мегаполісів	
Щибря Д.С.	29
Аналіз інвестиційної привабливості міжнародної корпорації	
Грищенко Ю.Ю.	33
Кількісні та якісні методи оцінки фінансового ризику	
Швед М.-Т.І.	37
Сучасний стан методів регулювання платіжного балансу України	
Базилевська Ю.В.	40
Економічне партнерство України та США у контексті реформування та повоєнного відновлення економіки України	
Басараб Е.С.	43
Альтернативні сценарії формування сучасної валютної системи	
Брусенцева К.В.	46
Підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств України	
Грачов В.О.	50
Трансформаційні зміни валютної системи України в умовах повоєнного відновлення	
Довженко М.О.	51
Детермінанти відновлення економіки України в умовах фінансової кризи	
Івченко О.О.	54
Сучасна міграційна криза: тенденції, особливості та виклики	
Кіршов К.В.	57
Міжнародний вимір відновлення економіки України	
Кобрин І.А.	61
Вплив зеленого розвитку на конкурентоспроможність мегаполісів та їх стійкість у майбутньому	
Комісаренко А.Г.	64
Вплив криптовалют на фінансову стабільність та розвиток економіки України	
Костенко В.В.	67
Інтелектуальний ресурс глобального економічного розвитку	
Котис М.Я.	71

Інвестиційні можливості міграційного капіталу в Україні	
Любоженко Є.	74
Україна в системі міжнародних перевезень харчових продуктів	
Маков О.А.	78
Розвиток нанотехнологій у формуванні міжнародної конкурентоспроможності України	
Мешкова А.С.	83
Аналіз ризиків міжнародного інвестування в умовах геополітичної нестабільності	
Нагорна О.П.	86
Зелене повоєнне відновлення України в контексті інтегрування до Європейського Союзу	
Нечипорук А.В.	90
Міжнародна торгівля України в умовах системних викликів	
Полякова К.А.	94
Вплив війни в Україні на світовий ринок соняшникової олії	
Росляков А.А.	97
Загальний контекст світових фінансових криз та загрози виникнення нових	
Савченко В.В.	101
Виклики та можливості українського ринку м'яса в умовах євроінтеграції	
Самойленко В.Ю.	104
Сучасні методи оцінювання розвитку міжнародної торгівлі	
Самсонова К.О.	106
Детінізація економіки як базис формування фінансової стабільності України	
Логвиненко Є.О.	109
Перспективи екологізації вітчизняної металургійної індустрії	
Тоцький Д.В.	113
Глобальні та регіональні фактори міграційної кризи в Європі	
Коваль Ю.О. , Швачка В.В.	116
Корпоративні фінансові стратегії в процесах злиття та поглинання у міжнародному бізнесі	
Hlaholiev Oleksii	119
Creative Economy As A Key Source Of Social Development	
Лисков О.І.	122
Механізми впливу глобалізації на трансформацію світової економіки	
Дєнєжкін Д.І.	126
Стратегічне партнерство України та Німеччини	
Костенко В. В.	129
Інтелектуальний ресурс глобального економічного розвитку	
Мошинський М.Р.	132
Технологічна кластеризація економіки України як пріоритетний напрям її повоєнної відбудови	
Арапова К.О.	135
Тенденції залучення іноземних інвестицій в економіку України	
Аршакян Р.Т.	139
The Main Directions Of Implementation Of The Policy Of International Financial Institutions For Ukraine During The War To Ensure The National Interests Of The Country	
Можна В.О.	142
Впровадження та розвиток принципів ESG як шлях до розширення партнерських	

Список літератури:

1. Кравчук В.О. Особливості процесу злиття та поглинання у міжнародному бізнесі. 2020. «Young Scientist» DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-10-86-8>
2. Птащенко О.В. Особливості «злиття» та «поглинання» компаній у міжнародному бізнесі. 2021. БІЗНЕСІНФОРМ DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-34-39>
3. Mohammed Sawkat Hossain Merger & Acquisitions (M&As) as an important strategic vehicle in business: Thematic areas, research avenues & possible suggestions. 2021. Journal of Economics and Business DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2021.106004>
4. Paulina Junni, Satu Teerikangas Mergers and acquisitions. 2019. Oxford Research Encyclopedia of Business and Management DOI:10.1093/acrefore/9780190224851.013.15
5. Laura Chiaramonte, Alberto Dreassi, Stefano Piserà, Ashraf Khan Mergers and acquisitions in the financial industry: A bibliometric review and future research directions. 2023. Research in International Business and Finance <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2022.101837>

Hlaholiev Oleksii

CREATIVE ECONOMY AS A KEY SOURCE OF SOCIAL DEVELOPMENT

In today's environment, it is simply impossible for a person to exist without spending significant time and resources on their development. It is important to take into account that human capital can be accumulated, grow and become a source of additional income for the national economy, which, in turn, helps to stabilize the socio-economic situation and ensures further economic development.

In the period of formation of the economy of a post-industrial society, the driving force of reproduction processes is not only the accumulation of material goods, but also the desire to acquire and expand knowledge. In order to maximize the use of human capital, it is important to create situations that stimulate the motivation of every member of society to use their education, skills and experience to the fullest.

According to the vast majority of scholars, the key source of social transformation is the development of the creative economy. That is, one of the key tools for achieving socio-economic change, as the experience of developed