

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

Факультет міжнародної економіки та менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	Міжнародні економічні відносини
Галузь знань	29 «Міжнародні відносини»
Спеціальність	292 «Міжнародні економічні відносини»

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Креативна економіка в розвинених країнах»

здобувача Черненко Олександри Вікторівни

Науковий керівник: кандидат економічних наук
Доцент кафедри міжнародного менеджменту
Фурсова Олена Вікторівна
(підпис)

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

Завідувач кафедри: к.е.н., доцент Бурмака М.О.

(підпис)

Київ 2023

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Міжнародні економічні відносини

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

29 «Міжнародні відносини»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

292 «Міжнародні економічні відносини»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

С.І.Ткаленко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

М.О.Бурмака

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти **Черненко Олександр Вікторівни**

очної (денної) форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Креативна економіка в розвинених країнах»

Тему затверджено наказом ректора Університету від " _____ " _____ 20__ р. № _____

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах вітчизняних авторів та науковців, зокрема Лук'яненко Д., Федулова Л., зарубіжних науковців, таких як Дж. Хокінс, Дж. Холден, Ч. Лендрі, Р. Флорида та інші, законодавчої бази України, а також іноземних та вітчизняних статистичних сайтів.

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Концептуальні засади розвитку креативної економіки
Розділ 2	Розвиток креативної економіки в умовах глобалізації
Розділ 3	Стан та перспективи розвитку креативної економіки в Україні
Об'єкт дослідження:	Процес формування та тенденції розвитку креативної економіки у розвинених країнах, здійснення активних заходів для стимулювання розвитку креативної економіки в Україні

Предмет дослідження:	Значення креативної економіки в стратегічному розвитку економіки в розвинених країнах світу та в Україні
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Дослідити передумови виникнення, тенденції розвитку креативної економіки на основі праць різних науковців; проаналізувати та оцінити реальний стан розвитку креативної економіки в умовах глобалізації, а також визначити перспективи розвитку досліджуваного явища в Україні.

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

У розділі 1	Розглянути концептуальні засади розвитку креативної економіки:
	-дослідити сутність виникнення поняття, його передумови та особливості
	-визначити національні та глобальні виміри креативної економіки
	-визначити роль креативної економіки в конкурентоспроможності країни
У розділі 2	Дослідити стан креативної економіки в умовах глобалізації
	-розглянути роль, яку відіграє креативна економіка, в розвинених країнах
	-дослідити роль креативних інвестицій в глобальній економіці
	-розкрити значення креативних індустрій в стратегічному розвитку країн світу
У розділі 3	Визначити стан та перспективи розвитку креативної економіки в Україні
	-дослідити та проаналізувати сучасний стан креативної економіки в Україні
	-розробити стратегію запровадження та розвитку креативної економіки в Україні
	-визначити механізми підтримки креативної економіки в Україні

**Завдання підготував
науковий керівник**

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

« _____ » _____ 20__ р.

**Завдання одержав
здобувач**

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

« _____ » _____ 20__ р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 64 сторінок, 12 рисунків, 4 таблиці, список використаних джерел з 38 найменувань, додатки.

Креативна економіка в розвинених країнах

Об'єктом дослідження є процес формування та тенденції розвитку креативної економіки у розвинених країнах, здійснення активних заходів для стимулювання розвитку креативної економіки в Україні.

Предметом дослідження в роботі є значення креативної економіки в стратегічному розвитку економіки в розвинених країнах світу та в Україні.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – дослідити передумови виникнення, тенденції розвитку креативної економіки на основі праць різних науковців; проаналізувати та оцінити реальний стан розвитку креативної економіки в умовах глобалізації, а також визначити перспективи розвитку досліджуваного явища в Україні.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- розглянути концептуальні засади виникнення поняття «креативна економіка»;
- дослідити тенденції розвитку креативної економіки в розвинутих країнах;
- визначити роль креативних індустрій в стратегічному розвитку країн світу;
- проаналізувати стан та перспективи розвитку креативної економіки в Україні;
- розробити можливу стратегію впровадження креативної економіки України

Практичне значення отриманих результатів полягає у виявленні ролі креативної економіки в стратегічному розвитку країн світу на прикладі розвинених країн та розробці рекомендацій щодо покращення умов креативної економіки в Україні, беручи до уваги всі фактори негативного та позитивного впливу, а також розробці стратегії впровадження досліджуваного явища в Україні.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи - 2023

Рік захисту роботи - 2023

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, ККІ, інноваційна галузь.

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

Черненко Олександри Вікторівни
на тему «Креативна економіка в розвинених країнах»

1. Обґрунтування актуальності обраної теми, витриманість логічного ланцюга тема-об'єкт-предмет-мета-завдання-висновки, відповідність побудови роботи її назві, взаємозв'язок назв розділів та підрозділів (0-10 балів): _____ 10 б

2. Рівень рівень аналізу та повноти розгляду теоретичних концепцій, понятійного апарату досліджуваної предметної галузі; якість аналізу бібліографічних джерел; достатність глибини теоретичних досліджень за темою; цінність теоретичних висновків (0-10 балів): 10 б.

3. Якість та глибина проведених аналітичних досліджень, застосування аналітичних розрахунків, якісного та кількісного аналізу, відповідність методів і засобів досліджень меті й завданням дослідження, коректність інтерпретації результатів дослідження (0-15 балів): _____
_____ 15 б

4. Оцінка результатів досліджень; обґрунтування напрямів, наявність альтернативних підходів до вирішення досліджуваної проблеми, можливість впровадження результатів дослідження, рівень обґрунтування запропонованих рішень (0-15 балів): _____
_____ 10 б

5. Чіткість, обґрунтованість, практичне значення, можливість реалізації висновків (0-10 бал.): _____
_____ 8 б

1. Оформлення роботи та дотримання графіку виконання БДР (0-10 балів): 8 б.

2. Позитивні сторони дипломної роботи: *Автором проведено аналіз потенціалу розвитку креативної економіки в Україні та запропоновано стратегію розвитку креативної економіки в Україні*

3. Недоліки роботи: *Суттєвих недоліків робота не має, але наявні певні резерви в аргументації висновків*

Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи (0-70 балів): 61 б.

Допущення КБР до захисту перед ЕК *Робота допускається до захисту перед ЕК, як така що відповідає нормативним вимогам*

Науковий керівник доцент, к.е.н., доцент

Фурсова О.В.

“ ____ ” _____ 20__ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	6
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	6
1.1 Сутність, особливості та передумови формування креативної економіки	6
1.2 Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки	14
1.3 Креативна економіка як стратегія підвищення економічної конкурентоспроможності	19
РОЗДІЛ 2	25
РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	25
2.1 Тенденції розвитку креативної економіки у розвинутих країнах.....	25
2.2 Креативні інвестиції в глобальній економіці.....	34
2.3 Креативні індустрії в стратегічному розвитку країн світу	39
РОЗДІЛ 3	45
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	45
3.1 Сучасний стан розвитку креативної економіки в Україні.....	45
3.2 Розробка стратегії розвитку креативної економіки в Україні	50
3.3 Визначення механізмів підтримки розвитку креативної економіки в Україні.....	56
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	69

ВСТУП

На сьогодні розвиток креативної економіки відображає глибші зміни, що відбуваються у світовій економіці. Сучасні тенденції полягають в переході від економіки, основаної на виробництві товарів, до економіки, де надання послуг виконує ключову роль.

В розвинутих країнах світу спостерігається перехід до економіки знань, де інформація та знання стають важливими джерелами економічного зростання. Поступово світ переходить від економіки, яка заснована виключно на виробництві товарів, до економіки, де ідеї та інновації мають велике значення. В цьому контексті креативність грає важливу роль у формуванні та стимулюванні цього зростання. Не можна більше ігнорувати її вплив.

Таке витончене розуміння рушійних сил постіндустріальної економіки призвело до еволюції концепції економіки знань у концепцію креативної економіки. Це поняття визнає більшу цінність та прагнення до виразного змісту в товарах і послугах. Креативна економіка відроджує виробництво, послуги, роздрібну торгівлю та розважальну індустрію. Це також змінює роботу, яку люди виконують і бажають виконувати, а також впливає на їх місце проживання.

Актуальність теми полягає в зростанні значення інновацій та креативності в сучасному світі. Креативна економіка є природним середовищем для інноваційних ідей, розвитку та використання творчого потенціалу. Все більшого значення надають креативності, яка виявляється у впровадженні інновацій, використанні інформаційних технологій, цифровізації та мережових структурах, а також виникненні нових бізнес-моделей у зв'язку з четвертою промисловою революцією. Креативізація чинить великий вплив на економіки країн світу, зокрема розвинутих.

За мету поставлено дослідити передумови виникнення, тенденції розвитку креативної економіки на основі праць різних науковців; проаналізувати та

оцінити реальний стан розвитку креативної економіки в умовах глобалізації, а також визначити перспективи розвитку досліджуваного явища в Україні.

Відповідно до зазначеної мети були поставлені такі **завдання**:

- розглянути концептуальні засади виникнення поняття «креативна економіка»;
- дослідити тенденції розвитку креативної економіки в розвинутих країнах;
- визначити роль креативних індустрій в стратегічному розвитку країн світу;
- проаналізувати стан та перспективи розвитку креативної економіки в Україні;
- розробити можливу стратегію впровадження креативної економіки України

Об'єкт дослідження - процес формування та тенденції розвитку креативної економіки у розвинутих країнах, здійснення активних заходів для стимулювання розвитку креативної економіки в Україні.

Предметом дослідження є значення креативної економіки в стратегічному розвитку економіки в розвинутих країнах світу та в Україні. Дослідження включає аналіз ролі та впливу креативних галузей, також стратегій та політик, що сприяють розвитку креативних галузей, інноваційні практики, взаємодія між креативними секторами та іншими галузями економіки.

У роботі було застосовано різноманітні **методи** дослідження, включаючи методи спостереження, порівняння, узагальнення, аналітики, синтезу інформації, а також обробки та аналізу статистичних даних. Для оцінки були використані матеріали різних міжнародних організацій, показники глобальних індексів та інші визнані методології.

Інформаційна база дослідження роботи включає праці вітчизняних авторів, а саме Галахова Т, Лук'яненко Д., Федулова Л. та ін, зарубіжних науковців, таких як Дж. Хокінс, Дж. Холден, Ч. Лендрі, Р. Флорида[2] та інші. Важлива інформаційна база для написання роботи була взята з матеріалів ЮНЕСКО та ООН, а також інших статистичних сайтів.

Бакалаврська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі висвітлено

теоретичні та методологічні засади розвитку креативної економіки. У другому розділі проаналізовано стан креативної економіки в розвинених країнах, інвестиційне значення в глобальній економіці, а також вплив креативних індустрій на розвиток країн. Третій розділ присвячено дослідженню стану креативної економіки в Україні, розробці стратегії розвитку досліджуваного сектору, а також визначенню механізмів підтримки креативної економіки в Україні. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінки та налічує 12 рисунків, 4 таблиці та 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Сутність, особливості та передумови формування креативної економіки

У світі все більша частка вартості створюється та етапі досліджень та розробок, обслуговування та маркетингу. Знання допомагають створювати нові види діяльності, виробництва і галузей, які є рушійною силою появи нових технологій та основним фактором соціального розвитку і забезпечення добробуту людей. Нові технології допомагають прискорювати виробництво нових знань, що змінює економіку в систему, яка ґрунтується на обміні знаннями та оцінці їх якості. Креативність, креативні індустрії та креативна економіка грають велику роль у цьому процесі. Вони представляють "нову економічну епоху ХХІ століття". З врахуванням того, що креативність може стати визначальною складовою успіху в ХХІ столітті, провідні економісти та члени ради креативних індустрій уряду Великобританії визнають її важливу роль у економічному, культурному та соціальному розвитку країн. Так само, як енергетична політика та доступ до енергії вплинули на геополітику у минулому, політика розвитку креативності може стати визначальним фактором успіху в майбутньому.

Докорінні зміни, котрі відбувалися в кінці ХХ століття з розвитком цивілізації, започаткували передумови для виникнення та розвитку такого явища, як «креативна економіка», котра використовує заснована на матеріалізації нових задумів та ідей. [1]

З початком розвитку нової економіки, з'явилася концепція «креативної економіки», що описує напрямок розвитку, де основну роль відіграють не матеріальні, а інтелектуальні та творчі ресурси, людський потенціал, їх

трансформація та реалізація через створення оригінальних та неповторних ідей, рішень, проектів тощо, з метою створення нових товарів, продуктів, послуг, доходів, успіху, досягнень та підвищення конкурентоспроможності і набуття унікальності.

Нова економіка також тісно пов'язана з інноваціями, які є її основою та сутністю, що сприяють соціально-економічному розвитку. У сучасній економічній літературі часто вживається термін "інноваційна економіка", який загалом описує економіку, засновану на інноваціях, інформаційних технологіях, позитивному сприйнятті та готовності до впровадження нових ідей та розробок, що призводить до використання високотехнологічної продукції в усіх сферах людської діяльності, а також має позитивний вплив на суспільний та економічний розвиток.

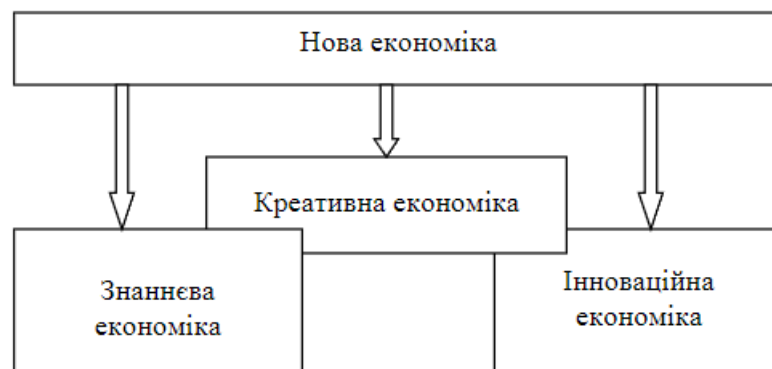


Рисунок 1.1 - Основні складові нової економіки

Джерело: [2]

Одним з основних компонентів нової економіки є знання, продуктивне використання яких сприяє соціально-економічному зростанню та інноваційному розвитку. У постіндустріальних умовах знання виступають як фактор сучасного розвитку та є суспільним благом, яке збільшується при його використанні. У сучасних наукових джерелах можна зустріти термін «знаннєва економіка», який загалом визначається як економіка, що ґрунтується на знаннях. [2]

Отже, креативна економіка, інноваційна економіка та знаннєва економіка є складовими нової економіки, які взаємодіють між собою та становлять її основу. Загалом, під новою економікою слід розуміти економіку з постіндустріальним характером, що виявляється у переході до нових методів ведення бізнесу, принципів управління та факторів виробництва з використанням інформаційних технологій, інновацій, креативності, знань, умінь та навичок. Це призводить до зростання ролі нематеріальних активів, креативного потенціалу, людського капіталу та інтелектуальних ресурсів у контексті провідних світових економічних тенденцій, таких як глобалізація та інтеграція.

Спираючись на досвід економічно розвинутих країн, можна зрозуміти, що найбільш простим та ефективним способом стимулювання економічної активності є розвиток креативної економіки, а саме діяльності, котра залежить від інтелектуального потенціалу та здібностей кожної окремої людини, адже розвиток науки, культури та освіти є важливими факторами у даному процесі. Таким чином, наукова та культурна діяльність та їх продукти мають особливі привілеї та захист від негативних впливів законів ринку. Це сприяє формуванню всебічно розвинутої особистості, здатної приймати свідомі рішення та відповідальні за них, яка є ключовим фактором у сучасній демократичній країні.

Окрім економічного та культурного впливу, креативна економіка також розглядається як рушійна сила інновацій та підприємництва. Творчі індустрії часто характеризуються своєю здатністю об'єднувати різні групи людей з різними навичками та перспективами, що призводить до розробки нових ідей і продуктів.

Передумовою виникнення креативної економіки доцільно вважати концепцію «креативних індустрій». Існує багато різних даних стосовно виникнення даного поняття. Наприклад деякі автори вважають, що креативні індустрії пройшли декілька періодів свого розвитку [1], а саме:

1. Доіндустріальний період, котрий тривав до 1750 року і охоплював древні культури. На даному етапі розвитку творчості в Європі академії образотворчого мистецтва та громадські художні школи взаємодіяли між собою в процесі поширення креативності. У доіндустріальний період був забезпечений доступ до

так званої "геніальної" освіти, загальних дискусій та бібліотек, які допомагали виявити творчий потенціал людини. Часто до цього процесу долучалися художники з-за кордону, що допомагало розвитку "другорядних мистецтв", таких як виготовлення текстильних виробів та розкішних столярних виробів.

2.Індустріальний період (1750-1950 рр.) був відомий переходом від ручної роботи до фабричної системи. Важливі технологічні інновації, що відбулися в індустріальний період, стали кульмінацією низки технічних удосконалень у текстильній промисловості та привели до того, що цей етап називають індустріальною революцією. Земля стала менш важливим джерелом багатства, а капітал переходив до власності на матеріальні цінності. Креативні індустрії з'явилися на межі XIX і XX століть і пов'язуються з індустріальною революцією, яка змінила процеси творчості. Розвиток нових засобів комунікації, таких як радіо, запис звуку, фотографія, кінокамера, сприяв розвитку кінематографії, а вдосконалені технології друку розширили доступ до культури. Головною ідеєю цієї нової парадигми стала лібералізація людської креативності, яка відіграла значну роль у зміні рівня і якості життя населення та допомогла вирішувати різні проблеми шляхом інновацій.

3.Постіндустріальний період (з 1960-х років до сьогодення) також відомий як цифрове століття або Цифрова революція, характеризується тим, що інформація, послуги та передові технології стали головними елементами суспільства, яке перейшло від виробництва товарів до створення послуг. Право власності на нематеріальні активи стало джерелом багатства та капіталу, замість права на матеріальні активи. Нові технології потребують підвищеної уваги до наслідків їх використання, що призвело до необхідності вищої освіти. Однією зі специфічних рис цього етапу є залежність креативних індустрій від новітніх технологій. У 1950-их найбільш прибутковими компаніями світу були «Ford», «Standart Oil» та «General Electric», а в 2000-их - «Time Warner», «Disney», «News Corporation» та «Microsoft» - компанії, пов'язані з кіно, мас-медіа та інформаційними технологіями. Наразі спостерігається перехід до нових форм

креативних індустрій, де зникає чіткий розподіл між виробниками та споживачами контенту.

За іншими даними поняття «креативні індустрії», яке пояснюється появою та розвитком нових технологій, таких як фотографія, кіно, радіо, запис звуку та вдосконалення друкарських технологій, виникли в період Другої промислової революції наприкінці IX - початку XX століття.[4] На сьогоднішній день, терміни "культурні індустрії" та "креативні індустрії" використовуються взаємозамінно і включають в себе різноманітні сфери (рис 1.2.). До креативних індустрій входять такі галузі, як реклама, архітектура, декоративно-прикладне мистецтво, дизайн, мода, кіно, відео, фотографія, музика, виконавча майстерність, видавництво, дослідження та розробки, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, електронні видання, телебачення та радіо. Разом вони утворюють важливе джерело як культурних, так і комерційних цінностей. Ключовими для розвитку креативної економіки та культурного капіталу країни є галузі культурної спадщини та виконавського мистецтва.

Кожна з цих галузей має власну економічну логіку та динаміку розвитку і включає численні види діяльності, такі як візуальне та перформативне мистецтво, спорт, туризм, книги, преса, аудіо-візуальна творчість та культурно-мистецька спадщина.



Рисунок 1.2 - Класифікація креативних індустрій.

Джерело: Створено автором

Джон Хаукінс (британський письменник і медіаменеджер) ввів термін «креативна економіка» в 2001 році, застосувавши його до мистецтва, культурних товарів і послуг, іграшок та ігор, а також досліджень і розробок. Найпоширеніші моделі креативної економіки мають багато спільних елементів. Модель Хоукінса, заснована на креативності, включає всі види креативності, виражені в мистецтві чи інновації. Вужчі моделі, засновані на культурі, зосереджені на мистецтві, дизайні та медіа і зазвичай обмежуються номінованими галузями. Цей термін дедалі частіше стосується будь-якої економічної діяльності, економічна цінність якої залежить від індивідуальної творчості людини незалежно від того, має результат культурний елемент чи ні. У такому вживанні креативна економіка виникає скрізь, де індивідуальна творчість є основним джерелом вартості та основною причиною транзакції. [5]

У своєму дослідженні, Чарльз Лендрі (британський урбаніст, фахівець з міського планування і розвитку міст, автор концепції креативного міста) назвав один із розділів «Від культурних індустрій до креативної економіки», що демонструє еволюцію від культурної сфери до цілого сектору «креативної

економіки». Спочатку концепт креативності стосувався виключно культурних галузей, проте деякі британські економісти помітили, що вони почали трансформуватися в креативні індустрії. Ці індустрії включають різноманітні види діяльності, такі як театр, танці, музика, кіно, візуальне мистецтво та культурна спадщина. Уряди країн не визначали їх загальний економічний внесок та стратегічне значення, але розуміння того, що креативні індустрії є важливою частиною інших галузей та професій, починає з'являтися. Навички, котрі формуються в креативному секторі, стають важливими для інших сфер економіки, особливо для використання цифрових технологій.[6]

Креативна економіка також охоплює такі виміри, як соціальний, сталий та культурний та економічний. (Таблиця 1.1)

Таблиця 1.1 - Сучасні виміри креативної економіки

Назва	Характеристика
Економічний	Створення нових робочих місць, зокрема в області креативних галузей; підвищення економічного зростання шляхом створення нових послуг та продуктів, що мають суспільний попит; сприяння підвищенню якості життя населення шляхом створення розважальних та культурних просторів, розвитку туризму та інших
Сталий	Пропагує розвиток діяльності, що турбується про майбутні покоління. Сприяє збереженню ресурсів, таких як вода, енергія та сировина, шляхом розробки більш ефективних та сталих процесів виробництва. Допомогає створити сталий та відкритий простір для спілкування та співпраці між громадами, що сприятиме сталому розвитку. Підтримує збереження навколишнього середовища, культурних цінностей та спадщини.
Соціальний	Відображає її вплив на соціальну сферу життя людей та суспільства в цілому. Креативна економіка здійснює соціальний вплив, включаючи такі аспекти, як розвиток культурної спадщини та ідентичності(музика, література, дизайн, мистецтво тощо); зміна соціальних уявлень та стереотипів суспільства за допомогою кіно, телебачення і т. д.; розвиток місцевих спільнот, шляхом залучення туристів та створення нових місць для відпочинку та розваг; підтримка соціально вразливих груп у вигляді створень робочих місць для людей з інвалідністю, молоді тощо.

Джерело: складено автором на основі джерела [6]

Продовження таблиці 1.1

Назва	Характеристика
Культурний	Сприяє культурній ідентичності на рівні націй, регіону, міста, спільноти. Включає в себе розвиток культурної індустрії(музики, театру, літератури тощо); підтримку творчості та інновацій; підвищення культурного рівня населення, шляхом створення якісної продукції та послуг тощо.

У межах креативної економіки можуть взаємодіяти різні види економічної діяльності, створюючи нові продукти, формуються нові бізнес-моделі, нові типи соціальних стосунків, нові культурні парадигми. Вона покликана сформувати привабливий інвестиційний клімат, сприяти зростанню соціального капіталу та розвитку соціальної сфери, модернізувати сферу освіти тощо. Через широту поєднання різноманітних видів економічної діяльності та соціально-економічних, культурних ефектів, які генерує креативна економіка, чимало країн зіткнулися зі складним питанням - до якої сфери віднести креативну економіку. Чи має вона бути в сфері економічної політики, промислової політики, культурної політики, освітньої політика чи усіх чотирьох? Однозначної відповіді на це питання немає, адже кожна країна по своєму оцінює вартісний вимір даного сектору та очікувані соціально-економічні ефекти.[6]

Отже, якщо взяти до уваги трактування креативної економіки багатьма авторами (рис.1.3), то можна зробити висновок, дане поняття можна охарактеризувати, як різноманітний сектор, який включає широкий спектр галузей, таких як мистецтво, дизайн, мода, кіно, музика, видавнича справа, архітектура тощо. Ці галузі характеризуються акцентом на творчості, інноваціях та інтелектуальній власності. Поява креативної економіки була частково спричинена глобалізацією та зростанням значення галузей, що базуються на знаннях. Оскільки традиційне виробництво та промисловість, що базується на ресурсах, занепадала в багатьох частинах світу, зростало визнання цінності творчості та інновацій у стимулюванні економічного зростання.

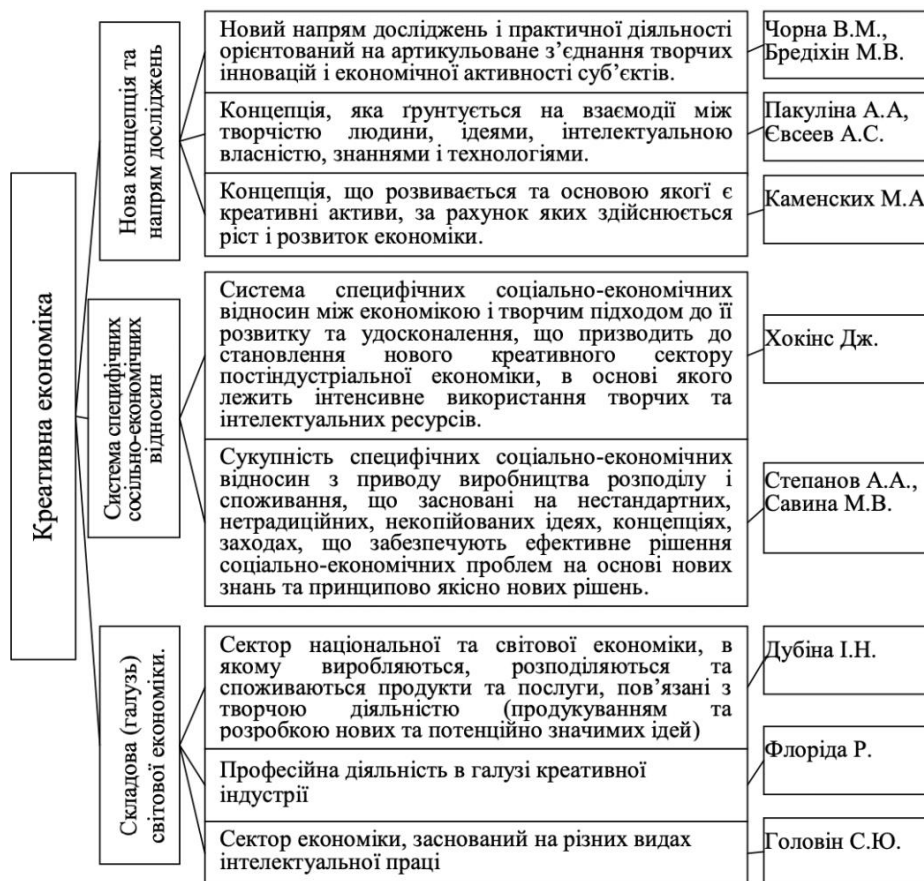


Рисунок 1.3 - Підходи до трактування поняття «креативна економіка»

Джерело: [7]

1.2 Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки

Основою креативної економіки є індивідуальна творчість, що ґрунтується на особистих знаннях, навичках, талантах та здібностях. Витрати праці при створенні креативних продуктів залежать від особистих якостей виробників, рівня їхньої кваліфікації, творчого задуму та інших факторів. Оцінка цінності кожного твору є складним і великою мірою суб'єктивним процесом, оскільки вони є унікальними. Ця особливість креативної економіки ускладнює стандартизацію оцінки та якості товарів на ринку.

Креативний сектор економіки включає суб'єкти, що створюють нематеріальні активи та цінності, наприклад, кінематографію та образотворче мистецтво. Вимірювання зростання активів, їх знецінення, балансової та залишкової вартості є складним завданням. У разі образотворчого мистецтва цінність творів мистецтва не знецінюється, а зростає з часом. Це ускладнює використання стандартних методів обліку та звітності. Більшість учасників креативної економіки є міні- та мікропідприємцями, але також можливі масштабні проекти зі значною кількістю учасників. Головними виробниками є самозайняті особи, але можливе залучення інших людей, пов'язаних зі створенням цінностей або ресурсів. Ця особливість креативної економіки сприяє залученню працездатного населення для продуктивного використання власної праці та творчих здібностей, сприяючи соціальній інклюзії та росту людського капіталу. Однак складно аналізувати, як ці людські ресурси використовуються та оцінювати їх продуктивність. [10]

Креативна економіка має тенденцію концентруватися в центрах культури, науки та високих технологій, які часто знаходяться в великих містах. Іншими словами, вона асоціюється з мегаполісами, такими як Лондон, Берлін, Мілан, Париж, Барселона та Нью-Йорк. В цих містах концентрується широке розмаїття креативних видів діяльності. Деякі невеликі міста можуть також розвивати окремі галузі креативної економіки, які стають туристично привабливими. Проте висока ціна креативного продукту в мегаполісах приваблює клієнтів з високим рівнем доходу. Креативні центри накопичують значні фінансові ресурси, що збільшує економічну потужність регіону. Однак інтенсивний розвиток креативної економіки у великих містах може посилити нерівність у регіональному розвитку та спричинити відтік талановитих людей з менших міст.

Варто також відзначити деякі зміни в управлінні, а саме техніки та технології менеджменту, що успішно застосовуються у некреативних галузях, не завжди є ефективними у креативній економіці. Це може призвести до появи нових форм управління, включаючи креативний менеджмент та управління креативністю персоналу. Характер управління різко змінюється, замість

вертикальної ієрархії повноважень формується модель командної роботи, сприяючи креативності та тісним взаємовідносинам між самостійними особами. Водночас, управління групою креативних особистостей має свої виклики, оскільки практично неможливо примусити людей регулярно створювати креативні продукти. Функції, такі як прогнозування, планування та контроль, набувають нових аспектів і вимагають використання інших технологій.

Креативна економіка допомагає стирати кордони між державами та сприяє обміну ідеями, інноваціями та рішеннями, що підвищує загальний рівень її розвитку та розширює межі та форми креативної економіки. Це сприяє розвитку міждержавних зв'язків та міжнародному співробітництву. Згідно з ЮНКТАД, креативна економіка стає національною перевагою для економічного розвитку країн з різноманітною культурою, зокрема для країн, що розвиваються. [8] Проте, через суб'єктивізм у оцінці цінності креативних продуктів, в деяких країнах відбувається переоцінювання певних художніх творів, тоді як в інших країнах вони можуть бути недооцінені.

Крім того існують також такі глобальні організації, такі як ЮНЕСКО, Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), займаються питаннями розвитку креативної економіки на світовому рівні. Вони сприяють співпраці між країнами, обміну досвідом та розробці міжнародних стандартів і політик, що сприяють розвитку креативних індустрій.

Наприклад, ЮНЕСКО підтримує захист культурного розмаїття та сприяє розвитку креативної економіки через свої програми та ініціативи. ВОІВ займається захистом інтелектуальної власності, включаючи авторські права та патенти, що має велике значення для креативних індустрій. ЮНКТАД надає аналітичні дослідження, статистику та консультації щодо розвитку креативної економіки в країнах світу. [9]

Такі організації створюють форуми для обміну досвідом і найкращими практиками між країнами, сприяють створенню міжнародних мереж співробітництва та розвитку міжнародних ринків для креативних продуктів і

послуг. Вони також підтримують зближення культур, сприяють туризму та культурним обмінам, що впливає на розвиток креативної економіки.

Креативна економіка переважно розвивалась у найбагатших країнах, зокрема це було відзначено Дж. Хоукінсом. Витрати на культуру та розваги у розвинутих країнах перевищують витрати на їжу та одяг, а витрати на житло та енергію є ще більшими. Наприклад, японці витрачають більше на дозвілля, ніж на одяг та охорону здоров'я, пріоритет в їх виборі одягу зазвичай надається задоволенню, а не практичному використанню.

Однак, одні з основних викликів, пов'язаних з креативною економікою, полягають у вимірюванні й оцінці її обсягів та ефективності, що відображається у статистичних кодах і класифікаціях. Велика Британія була першою країною в Європі, яка виділила креативний сектор як окрему типологічну одиницю в економічній структурі, і зараз більшість європейських країн також розробили статистичні категорії для креативного сектору. Міжнародні консалтингові компанії, університети та громадські організації приєдналися до підготовки звітів про динаміку розвитку креативної економіки.

В європейському регіоні спостерігається стабільний розвиток торгівлі креативними товарами, який підтримується та стимулюється національними та міжнародними органами співтовариства. Європейський Союз має програму "Креативна Європа" та реалізує низку ініціатив, спрямованих на розвиток креативної економіки та культури. [10]

Отже, з вищесказаного можна зробити висновок, що розвиток креативної економіки охоплює національний та глобальний виміри.

На національному рівні країни все більше визнають економічний потенціал креативних індустрій, які включають такі сектори, як ЗМІ, дизайн, реклама, мода, кіно, музика та мистецтво. Уряди впроваджують політику та ініціативи для сприяння розвитку цих галузей, оскільки вони сприяють створенню робочих місць, інноваціям та економічному зростанню. Це включає надання підтримки творчим підприємцям, інвестування в інфраструктуру та освіту, а також створення сприятливого бізнес-середовища через регулювання та захист

інтелектуальної власності. Національний розвиток креативної економіки також передбачає збереження та просування культури. Країни прагнуть зберегти свою культурну спадщину та підтримувати самовираження корінних народів. Це включає збереження традиційних ремесел, сприяння місцевому мистецтву та культурним подіям, а також створення платформ для культурного обміну та діалогу.

Прикладом розвитку креативної економіки на національному рівні є Швеція, котра визнана однією з провідних країн у сфері креативної економіки. Вона має впливові дизайнерські індустрії, які включають меблі, моду, графіку та інші області. Шведські компанії такі, як ІКЕА та H&M, мають світовий успіх і впливають на галузі дизайну та моди.

У глобальному масштабі креативна економіка стає все більш взаємопов'язаною. Глобалізація, прогрес у технологіях і простота цифрових комунікацій уможливили транскордонний потік творчих товарів, послуг та ідей. Це відкрило нові можливості для співпраці, торгівлі та культурного обміну між країнами. Міжнародна торгівля креативними товарами та послугами значно зросла, а креативні індустрії стали важливою складовою світової торгівлі. Країни залучаються до культурної дипломатії для просування своїх творчих продуктів і залучення міжнародної аудиторії та інвестицій. Творчі центри та кластери з'являються в різних регіонах світу, сприяючи творчій співпраці та мережам.

Глобалізація та цифрова революція також змінили спосіб споживання та розповсюдження творчих продуктів. Онлайн-платформи, потокові сервіси та соціальні медіа створили нові можливості для створення, розповсюдження та монетизації контенту. Це породило нові бізнес-моделі, такі як платформи цифрового контенту та потокові послуги, які підірвали традиційні індустрії та створили нові можливості для художників і творців у всьому світі. До прикладу, Велика Британія має сильний креативний сектор і визначний внесок у глобальну культуру. Лондон вважається одним з найважливіших культурних центрів світу. Вона має сильну музичну, театральну, літературну та дизайнерську індустрії.

1.3 Креативна економіка як стратегія підвищення економічної конкурентоспроможності

Концепція "креативної економіки" є головною моделлю глобалізації у 21 столітті. Вона виникла шляхом процесів креативізації та інтелектуалізації у науці, економіці, соціальній, культурній та інших сферах. Ця нова парадигма мислення стала можливою завдяки перетворенням минулого століття, процесам глобалізації та формуванню нової економіки.

Сьогодні креативність стає визначальним фактором конкурентоспроможності на світовому рівні та каталізатором прогресу. Вона є предметом дослідження багатьох економістів і розглядається як один із напрямків формування конкурентних переваг країни. У розвинутих країнах Європи та Заходу інтелектуальні ресурси та інтелектуальна власність вважаються основними факторами розвитку нової економіки. Таким чином, країни враховують роль креативності та інновацій у своїх стратегічних пріоритетах. [11]

Абстрактна творчість є основною часткою людського існування і присутня в кожній людині у різних формах. Креативна економіка є природним середовищем для інноваційних ідей та розвитку творчого потенціалу. Останні два десятиліття показують зростання значення креативності як рушійної сили економіки, що призводить до зростання значення креативних індустрій. Креативна індустрія стає все більш важливою для політики більшості країн світу, а уряди креативних країн впроваджують поняття креативних індустрій, креативних класів і креативних міст. Творча індустрія створює економічну цінність на основі індивідуального творчого внеску або мистецького таланту, використовуючи інтелектуальну власність. Метою цієї роботи є коротко висвітлити концепцію креативної економіки та її вимірювання у працях іноземних та словацьких авторів та описати потенціал цієї галузі.

Креативність відображає можливість творчого розвитку та візуалізацію різних поглядів на речі. Кожна особа має в собі певну міру творчого потенціалу,

який може бути розвинутим. Творчі люди здатні до формулювання оригінальних та новаторських рішень, які вони свідомо використовують. Креативність, як здатність до створення нових рішень та розв'язання проблем, стає конкурентною перевагою, яка сприяє економічному і соціальному розвитку. Це особливо важливо в контексті формування креативного класу, який включає талановитих людей. Творчі люди здатні народжувати нові ідеї та технології, але це можливо лише за умови наявності творчого та відкритого середовища. Для підтримки розвитку креативної економіки необхідно створити сприятливе економічне, технологічне, соціальне та культурне середовище.

Креативне підприємництво, яке проявляється через розвиток креативної економіки та соціального підприємництва, є джерелом інноваційних змін. Підприємці, діяльні у секторах креативної економіки, формують свою підприємницьку позицію, поєднуючи творче мислення, розв'язання проблем, винахідливість, комунікації, прийняття ризику і стійкість. Вони охоплюють економічні та соціальні сфери, привносячи свій підприємницький талант і здатність не лише до генерації нових ідей, але й до перетворення їх на творчі продукти чи послуги для суспільства.

Творчі культурні події, своєю креативною енергією, поширюються на інші сфери та галузі діяльності, що сприяє формуванню нових бізнес-моделей для розвитку регіональної економіки. Це є одним із інноваційних факторів розвитку креативного бізнесу. Розвиток креативного підприємництва та інновацій веде до процесів креативізації у всіх сферах суспільного життя, включаючи економічну і соціальну сфери. Зазвичай, у креативному секторі головними джерелами інновацій є конкуренція, ринки, людські ресурси, технології та інвестиції. Ці фактори сприяють руху до новаторства, змагання на ринку, розвитку технологій та використанню інвестицій для забезпечення успіху та зростання в креативному бізнесі. (рис. 1.4)



Рисунок 1.4 - Рушійні сили інновацій у креативному секторі економіки

Джерело: створено автором на основі [12]

Конкуренція - чим більш конкурентоспроможним є сектор, тим більше зусиль змушені прикладати підприємства для диференціації своїх продуктів і пропозицій, з метою відкриття нових ринків. Ринки - наявність вимогливих клієнтів, для яких у товарі чи послугі цінним є оригінальність і які готові придбати нові товари і послуги, змінює умови розвитку ринків споживчих товарів і послуг. Людські ресурси - як освічена частина робочої сили, яка добре орієнтується в принципах та можливостях своєї практики, а не просто відповідає вимогам вузьких професій, є головним драйвером інновацій в креативному секторі економіки. Технології - наявність та різноманітність інструментів і каналів розподілу, забезпечують можливість творчим професіоналам здійснювати доступні експерименти у своїх виробничих процесах. Інвестиції - як управлінська культура і фіскальний режим, заохочують дослідження та розробки, стимулюють креативне підприємництво та ініціативу. [12]

Конкурентоспроможність - це здатність суб'єктів господарювання успішно протистояти у конкурентній боротьбі. Ринкова конкуренція сприяє підвищенню якості продукції, оскільки у таких умовах підприємства вимушені функціонувати

більш ефективно, що передбачає посилення співпраці з суміжними секторами, пошук нових компетенцій та формування унікальних конкурентних переваг. [36]

Одна з ключових переваг креативної економіки полягає в тому, що вона є трудомісткою та створює високий рівень доданої вартості, що робить її ефективним інструментом для створення робочих місць та економічного зростання. Творчі індустрії також мають потенціал для стимулювання інновацій і технологічного прогресу, що може допомогти підвищити загальну конкурентоспроможність.

Багато країн і регіонів визнали потенціал креативної економіки та почали інвестувати значні кошти в цей сектор. У Європі, наприклад, креативна економіка становить понад 4% ВВП і надає роботу понад 14 мільйонам людей. У Великій Британії креативна економіка зростала зі швидкістю 7,6% на рік між 2011 і 2016 роками і зараз коштує понад 100 мільярдів фунтів стерлінгів.

Розвинені країни є одними з лідерів світової креативної економіки. Ці країни мають розвинену інфраструктуру, кваліфіковану робочу силу та процвітаючі культурні та мистецькі сцени. Вони також зробили значні інвестиції в розвиток і підтримку креативних індустрій, що допомогло стимулювати економічне зростання та конкурентоспроможність у цих країнах.

Сполучені Штати, наприклад, є світовим лідером у креативній економіці, їхні креативні індустрії генерують понад 700 мільярдів доларів доходу та надають роботу понад 4,7 мільйонам людей. Країна має потужну та різноманітну індустрію розваг, яскравий сектор візуального мистецтва та бурхливу індустрію технологій, яка сприяє інноваціям у цифрових медіа.

Подібним чином Великобританія створила потужну креативну економіку, вартість якої перевищує 100 мільярдів фунтів і в якій працює понад 2 мільйони людей. Країна має всесвітньо відому індустрію моди, процвітаючу музичну сцену та зростаючу індустрію ігор. Уряд також вклав значні кошти в розвиток креативного бізнесу та сприяння інноваціям, що робить його привабливим місцем для стартапів і підприємців.

Також такі країни, як Німеччина, Японія, Канада та Австралія зробили значні інвестиції у розвиток своїх креативних економік. Ці країни визнають потенціал креативних індустрій для стимулювання економічного зростання, інновацій та конкурентоспроможності на світовому ринку.

Однак, незважаючи на свої сильні сторони, розвинені країни креативної економіки стикаються з такими проблемами, як зростання конкуренції, зміна споживчих моделей і потреба в постійних інноваціях. Щоб продовжувати стимулювати економічне зростання, ці країни повинні адаптуватися до мінливих тенденцій і технологій, що розвиваються, продовжуючи інвестувати в розвиток талантів та інфраструктуру. Країни, що розвиваються, також дедалі більше інвестують у креативну економіку, а це означає, що розвинені країни повинні продовжувати інновації та залишатися попереду, щоб зберегти свою конкурентоспроможність.

Отже, основна цінність креативної економіки полягає у інтелектуальному капіталі, такому як творчість, знання, навички, культура та моральні цінності, а також патенти, ліцензії, бренди, торгові марки та інтелектуальна власність. Сьогодні ці активи не тільки створюють додану вартість, але й сприяють формуванню конкурентоспроможності та економічного розвитку країни. В розвинених країнах більша частина вартості товарів генерується завдяки взаємодії з інтелектуальним капіталом, таким як маркетинг, наукові дослідження, обслуговування. Інтелект спонукає до створення нових технологій та інновацій, що відкриває нові сектори виробництва і є основою для сталого розвитку та благополуччя населення.

Креативні індустрії можуть допомогти збільшити економічну конкурентоспроможність країни за допомогою багатьох факторів. По-перше, креативна економіка створює можливості для створення нових ринків та підприємств, які можуть стати новими гравцями на міжнародному рівні. Це може збільшити рівень зайнятості та доходи населення, що позитивно вплине на економіку країни. По-друге, креативна економіка сприяє розвитку нових технологій та інновацій, що можуть підвищити конкурентоспроможність країни в

глобальному масштабі. Наприклад, у сфері інформаційних технологій країни, які активно розвивають креативні індустрії, можуть здобути перевагу у сфері розробки нових програмних продуктів, веб-дизайну, мобільних додатків тощо. По-третє, креативна економіка дозволяє країні позиціонуватися як лідер у своїй галузі, що може сприяти збільшенню іноземних інвестицій та підвищенню привабливості для інших галузей економіки. [13]

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

2.1 Тенденції розвитку креативної економіки у розвинутих країнах

Важливим досвідом у розвитку креативної економіки країн більшості розвинутих країн стали вивчення і підтримка креативних індустрій на національному рівні. Зокрема, у ранніх дослідженнях європейських розвинутих країнах основна увага приділялася вивченню вкладу креативних індустрій в економіку ЄС.. Ця ініціатива була виявлена через публікацію численних аналітичних документів, таких як Creative Industries Mapping Document (1998) у Великобританії, Denmark's Creative Potential - Culture and Business Policy Report (2000) у Данії, Erster Osterreichischer Kreativwirtschaftsbericht (2003) в Австрії та Culture & Economy: Our Creative Potential (2005) у Нідерландах.[15]

Нижче наведена таблиця найбільш поширених креативних індустрій у деяких розвинутих країнах. (Таблиця 2.1)

Аналізуючи дані, можна встановити, що сектори, такі як реклама, архітектура, дизайн, кінематографія, інформаційні та комп'ютерні технології та декоративно-прикладне мистецтво, практично присутні у всіх країнах. Ми вважаємо, що популярність цих секторів пояснюється їх високою прибутковістю та завжди актуальним попитом у світі.

Такі сектори, як відеоігри, телебачення та радіо, музика, видавництво та сценічне мистецтво, відзначаються як креативні більшість країн. Деякі країни також виділяють сектори, такі як мода, туризм, творчі ремесла, преса, антикваріатний ринок. Це пояснюється тим, що ці країни мають потенціал для розвитку вказаних секторів. Лише дві країни виділяють такі креативні сектори, як харчова індустрія (в Японії та Китаї), і література (у Німеччині та Польщі). Японія вирізняється своєю кухнею, оскільки її морепродукти всесвітньо відомі. Це

пов'язано з географічним положенням країни, яка знаходиться на островах, що дозволяє швидко постачати свіжі різноманітні морепродукти замість транспортування їх з великої відстані.

Таблиця 2.1- Сектори креативної економіки розвинених країн

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

Джерело: [34]

За останні 20 років торгівля творчими товарами між країнами Південь-Південь зросла майже удвічі, але розвинуті економіки, як правило, віддають перевагу культурним товарам зі своїх країн-партнерів. У 2020 році, торгівля креативними товарами між країнами Південь-Південь склала 40,5% всього творчого експорту розвиваючихся країн. Найчастіше це стосується експорту ювелірних виробів, виробів для дизайну інтер'єру, музичних записів, одягу та іграшок. Торгівля між країнами Південь-Південь може стати важливим джерелом торговельних можливостей та диверсифікації експорту для країн, що розвиваються. У світовому масштабі частка творчих товарів в загальному експорті зменшилася трохи з 3,2% у 2002 році до 3% у 2020 році, завдяки впливу технологічного прогресу.

За останні два десятиліття структура експорту творчих товарів зазнала значних змін. Обсяг експорту компакт-дисків, DVD-дисків, касет, газет та інших друкованих матеріалів зменшився, у той час як експорт носіїв інформації та відеоігор суттєво зріс. Торгівля творчими товарами домінується продуктами дизайну. У 2020 році на товари для дизайну припадало 62,9% загального експорту творчих товарів, за ними йшли продукти нових медіа (13,4%), ремесла (8%), образотворче мистецтво (6,2%), видавнича справа (5,4%), аудіовізуальні товари (3,1%) та сценічне мистецтво (1%). Серед дизайнерських товарів, основними експортними товарами є товари для дизайну інтер'єру (20,1% від загального креативного експорту), мода (15,9%), ювелірні вироби (15,3%) та іграшки (11,4%).[14]

Експорт товарів креативної індустрії дуже постраждав від пандемії COVID-19 та карантинних обмежень по всьому світу. У 2020 році експорт креативних товарів зменшився на 12,5%, що було значно більше, ніж загальний спад експорту, який становив лише 7,2%. Це може бути пов'язано з тим, що на світовому арт-ринку не відбувалось фізичних зустрічей, які є важливим каналом для поширення візуального мистецтва, та з збільшенням цифрової трансформації в аудіовізуальному та видавничому секторах. Проте попередні дані свідчать про початок відновлення експорту креативних товарів у 2021 році.

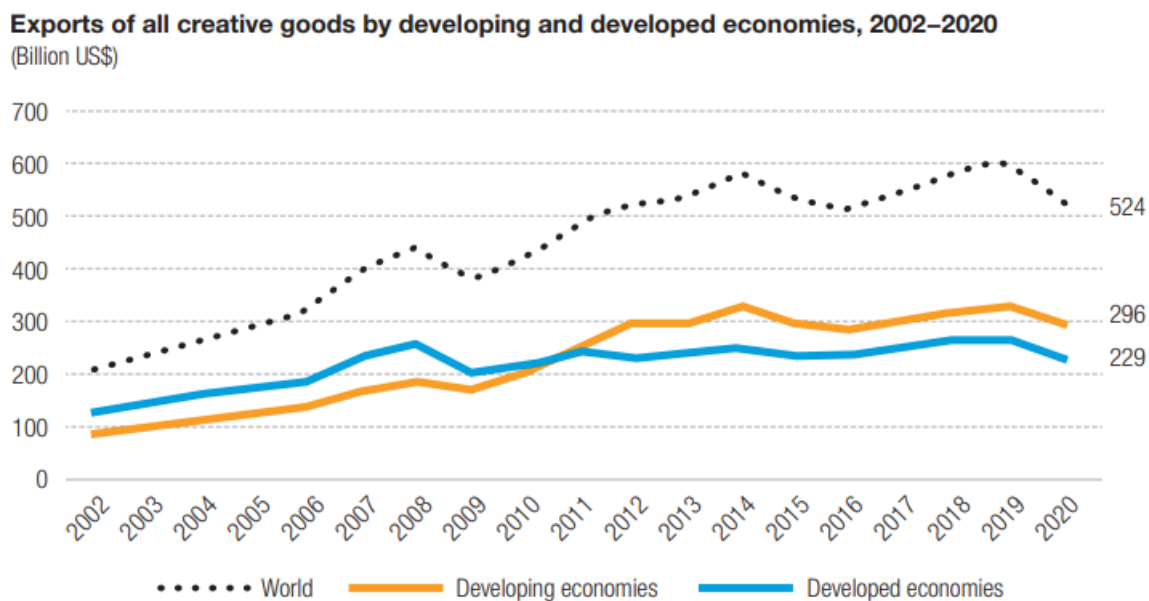


Рисунок 2.1 - Експорт креативних товарів у розвинених країнах та країнах, що розвиваються

Джерело:[14]

Країни, що мають високий рівень розвитку, зазвичай експортують більше креативних послуг, ніж країни з низьким рівнем розвитку (рис. 2.1), з них більше 82,3% всього експорту креативних послуг у 2020 році. За останні десятиліття кількість креативних послуг, що експортуються, в розвинених країнах та країнах, що розвиваються, поступово наближується одна до одної. Наприклад, у 2020 році найбільшим експортером креативних послуг були Сполучені Штати Америки з обсягом в 206 мільярдів доларів США, а в Ірландії багатонаціональні компанії, зокрема у сфері комп'ютерних послуг, значно сприяють експорту креативних послуг. Також відомо, що Німеччина є другим за величиною експортером креативних послуг, її обсяг складає 75 мільярдів доларів США, а Китай та Великобританія доповнюють перелік з обсягом у 59 та 57 мільярдів доларів США відповідно.

За останні роки зростає відносна важливість експорту креативних послуг. Частка креативних послуг у загальному обсязі експорту послуг зросла з 12,3% у 2010 році до 17,4% у 2019 році. Крім того, через складну ситуацію на світовому

ринку туристичних послуг, частка креативних послуг зростає ще більше і складає 21,4% у 2020 році.

У 2020 році творчі послуги, які включають послуги програмного забезпечення та дослідження та розробки, становили найбільшу частку в експорті творчих послуг, а рекламні послуги, маркетингові дослідження, архітектура, аудіовізуальні послуги, інформаційні послуги, культурні, рекреаційні та культурні послуги становили менші частки. Розвинені країни мають домінуючу позицію в експорті всіх категорій творчих послуг і експортують різні категорії послуг порівняно з країнами, що розвиваються.

Творчі послуги виявилися більш стійкими до наслідків пандемії COVID-19 порівняно з іншими секторами послуг. У 2020 році експорт креативних послуг скоротився на 1,8%, що є значно меншим, ніж загальний зниження експорту послуг, який склав 20%. Це в основному пов'язано зі скороченням експорту туристичних та транспортних послуг на 62,5% та 20,3% відповідно. Усі категорії креативних послуг зазнали деякої втрати експорту в 2020 році через пандемію COVID-19, за винятком послуг програмного забезпечення, які показали щорічне зростання на 5,6%.

Країни, які розвиваються, а також розвинені країни, що є найбільшими світовими експортерами креативних послуг, отримують високі оцінки за показниками, що вимірюють людський капітал та фізичну та цифрову інфраструктуру. За останні десять років країни, що розвиваються, виконують більше експорту креативних товарів, ніж розвинені країни. Однак, більшість світового експорту креативних товарів зосереджена на декількох країнах. У 2020 році, Китай був найбільшим експортером креативних товарів (з продажів на 169 мільярдів доларів США), за ним слідували Сполучені Штати Америки (32 мільярди), Італія (27 мільярдів), Німеччина (26 мільярдів) та Гонконг (Китай) (24 мільярди).

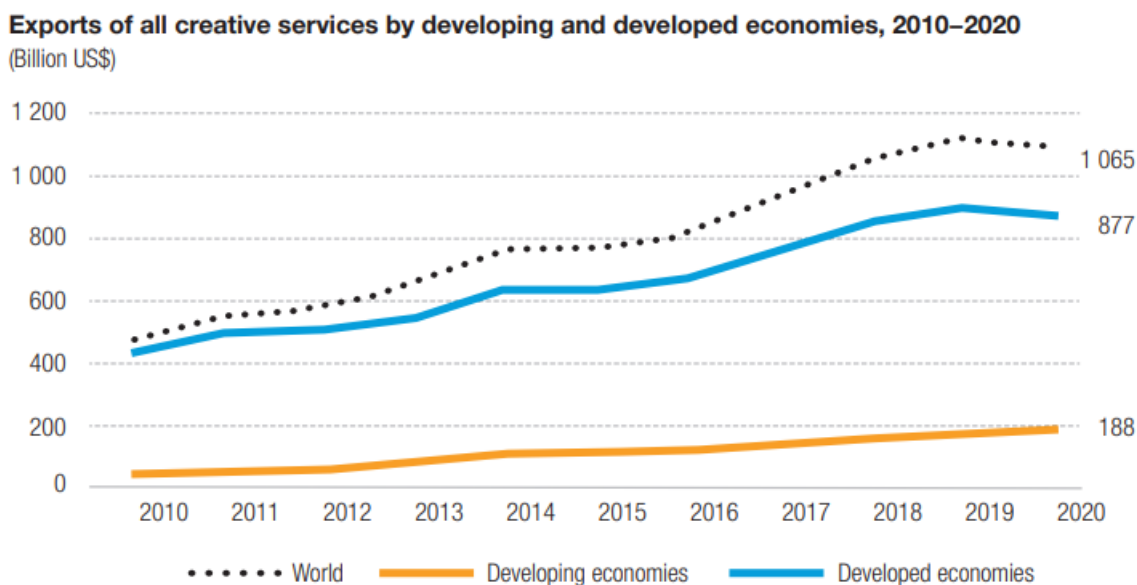


Рисунок 2.2 - Експорт креативних послуг у розвинених країнах та країнах, що розвиваються

Джерело: [14]

З початку XXI століття креативна економіка стала глобальною тенденцією, а розвиток її індустрії зосередився у кількох світових регіонах. Азійсько-Тихоокеанський регіон зберігає позицію найбільшого світового ринку креативної індустрії, з високим попитом на газети і відеоігри, а також зі значною концентрацією споживачів. Північна Америка залишається одним з провідних регіонів креативної економіки, завдяки величезній кількості медіа-гігантів і технологічних компаній, що базуються в США та Канаді. Що стосується Європи, то вона зберігає свої позиції завдяки унікальній спадщині та культурі. Наприклад, вона має більше найбільш відвідуваних музеїв світу та більше "креативних міст", ніж інші регіони. Великобританія є лідером на арт-ринку, а французька компанія Publicis - ключовим гравцем у світовій рекламній індустрії. Крім того, Європейська креативна економіка щорічно приносить дохід у розмірі 0,5 трлн євро (близько 4% від загального обсягу ВВП країн Європи). Актуальна інформація додається до опису змін, що відбулися протягом останніх двох років. Пандемія COVID-19 значно змінила ринок креативної економіки, зменшивши

попит на традиційні медіа та розваги, але збільшивши попит на цифрові розваги та ігри. [15]

Ринок креативної індустрії у Північній Америці зосереджений на креативних сервісах та аудіовізуальних медіа, таких як телебачення, кіновиробництво та радіо. Споживачі цифрового культурного контенту у цьому регіоні становлять 47%, що є більшою кількістю, ніж у Азії на 25% та в Європі на 24%.

Для розвитку креативних індустрій в Північній Америці важливими детермінантами є розвиток професійних спілок та організацій, потенціалу системи освіти, стимулювання створення бізнес-інкубаторів, креативних кластерів та хабів, а також інтернаціоналізація та вихід за рамки національних економік.

На сьогоднішній день креативна економіка в США є важливою галуззю, що включає в себе різноманітні сфери, такі як реклама, музика, видавництво, фільми та інші. За даними Національного об'єднання креативної економіки, у 2019 році креативні індустрії США внесли до економіки країни \$ 760 млрд. Канада також розвиває свої креативні індустрії, зокрема, у 2019 році ці галузі становили 3,8% ВВП Канади та надавали роботу понад 700 000 людей.

Транснаціональні корпорації (ТНК) грають важливу роль у забезпеченні розвитку креативної економіки та просуванні наукового прогресу. Наприклад, Pfizer, одна з провідних фармацевтичних компаній у світі, щодня витрачає 100 млн доларів на дослідження, тоді як щорічні витрати на цю мету Ford і IBM становлять 2-3 млрд доларів. У США практично всі витрати на науково-дослідну діяльність приватного сектору зосереджені в руках 700 найбільших компаній, а 40% цих витрат припадають на 15 найбільших ТНК. Ці компанії володіють необхідними ресурсами, щоб інвестувати в освіту та науково-дослідні центри, що є ключовими детермінантами для забезпечення розвитку креативної економіки та наукового прогресу.

В останні роки багато уваги приділяється діяльності ТНК в галузі штучного інтелекту (AI). Наприклад, у 2021 році компанії Google, Facebook, Microsoft, IBM та Amazon витратили більше 50 млрд доларів на розробку AI-

технологій. Ці компанії залучають до своїх досліджень та розробок провідних науковців та інженерів з усього світу, що сприяє швидкому просуванню наукового прогресу та забезпечує здатність компаній конкурувати на глобальному ринку.

2022 року UNCTAD провела дослідження, що стосувалося розвитку міжнародної торгівлі товарами креативних індустрій. Проаналізувавши наведені нижче графіки (рис. 2.3 і рис. 2.4.), можна зробити висновок, що товари та послуги швидко реагують на глобальні зміни й адаптуються до нових економічних умов. Це підтверджується спадом доходів від реалізованої продукції у 2009 та 2015 роках. Навіть при наявності фінансових криз, що охоплювали світ, креативна економіка продемонструвала стійкість до негативних факторів. Попередня інформація свідчить про великий потенціал креативних індустрій на ринку, і інвесторам було б розумно вкладати кошти в їх майбутній розвиток.

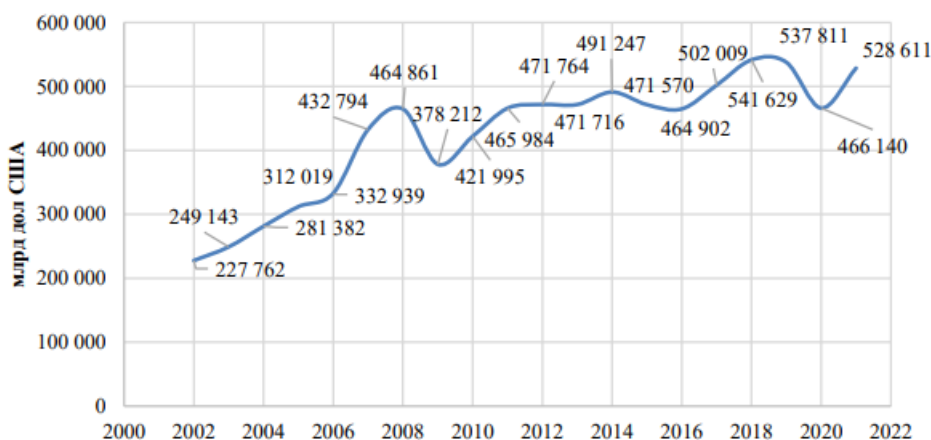


Рисунок 2.3 - Світовий експорт товарів креативних індустрій

Джерело: [38]

Згідно з даними на рисунках 2 і 3, з показниками з 2002 по 2021 рік, імпорт товарів зріс на 132%, а експорт - на 193%. Країни, що розвиваються, зіграли провідну роль у експорті товарів та послуг, особливо Китай, який проявив високу продуктивність. У 2002 році їх частка на світовому ринку становила 40,5%, а в 2015 році вона зросла до 52%.

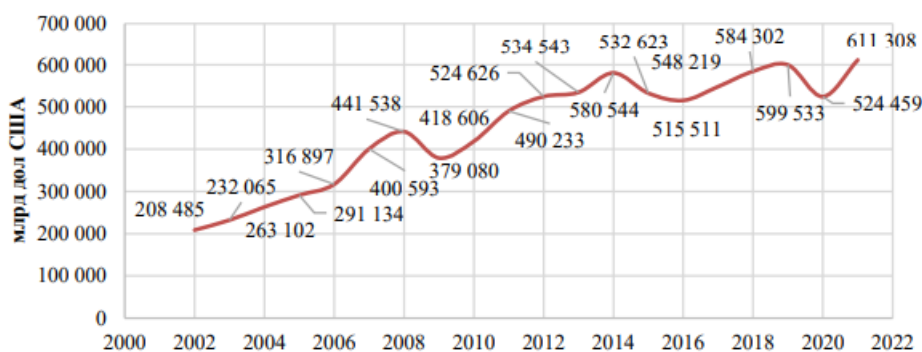


Рисунок 2.4 - Світовий експорт товарів креативних індустрій

Джерело: [38]

Провідні позиції за часткою імпорту товарів креативних індустрій зберегли розвинені країни. У 2002 році ця частка становила 81%, а в 2015 році зменшилася до 75%. Країни, що розвиваються, відповідно мали 18% і 23% частки. США, Франція, Німеччина, Японія та Швейцарія займали провідні позиції у цьому рейтингу. Високий попит на товари в розвинених країнах можна пояснити їх високим рівнем життя, освіченістю та доходами громадян. Розвиток туризму та доступ до мережі Інтернет також мають вплив на цей попит. [38]

Багато міжнародних організацій, зокрема ООН і ЮНЕСКО, активно підтримують перспективи розвитку креативної економіки та її роль у забезпеченні сталого розвитку людства. Вони заохочують пошук нових нестандартних проєктів у сфері креативних індустрій, надають фінансову підтримку та надають пільги. Організації розробляють рекомендації для подальших дій. Програма "Креативна Європа" є значним стимулом для розвитку креативних проєктів у Європі, Північній Америці та Східній Азії. Ця програма інвестує в проєкти, що розвиваються в різних галузях креативної економіки, сприяючи зміцненню культурного різноманіття регіонів та країн. Бюджет програми на період 2021-2027 становить 2,44 млрд євро, а на період 2014-2020 - 1,47 млрд євро. Основною метою програми є захист, просування та розвиток європейського культурного й творчого різноманіття, а також сприяння конкурентоспроможності креативних

секторів на міжнародному ринку, зокрема у сфері аудіовізуального мистецтва (European, 2022).

2.2 Креативні інвестиції в глобальній економіці

Креативні інвестиції в глобальній економіці - це інвестування не тільки в кращі підприємства та проекти, але і в нові ідеї та технології, які можуть змінити світ або принести значну користь людству.

Креативні індустрії є одним із найбільш глобалізованих та інноваційних секторів у світі, що динамічно розвивається, характеризується значним внеском у розвиток культури і економіки та є привабливим сектором для залучення інвестицій. Вони вважаються важливим інструментом інтеграції сучасних цифрових технологій у бізнес-сектор креативної продукції і в культурний простір країн. Цифровізація креативного бізнесу, з одного боку впливає на зміну стратегій його розвитку внаслідок оцифрування бізнес-процесів, а з іншого - на формування нової якості людського капіталу, нового типу мислення керівників компаній – «цифрової майстерності» (digital dexterity), що означає еволюцію усталених роками поглядів головних менеджерів на механізми і стратегії ведення бізнесу в новому контексті лідерства, як основи стійких змін у майбутньому.

У «Звіті ЮНКТАД про світові інвестиції 2017 «Інвестиції та цифрова економіка» зазначено, що «цифрова економіка є одним із основних драйверів зростання та розвитку та має велике значення для інвестицій, а інвестиції, у свою чергу, є надзвичайно Впровадження цифрових технологій може кардинально змінити характер міжнародної діяльності транснаціональних компаній і вплив іноземних філій на приймаючі країни». При цьому інтелектуальний капітал стає основою креативної економіки та пов'язаних з нею (суміжних) специфічних галузей глобальної економіки, орієнтованих на досягнення ринкових цілей за допомогою творчого потенціалу людини.

Творча індустрія є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у світі, займаючи близько 3% світового ВВП у 2021 році. Ця галузь відрізняється від інших тим, що створює унікальну цінність через поєднання матеріального та абстрактного вираження творчості. Креативні індустрії включають такі галузі, як кіно, живопис, література, музика, дизайн, театр та реклама.

Для розвитку цих галузей у всьому світі важливо мати економічну модель, яка сприяє монетизації ідей та захисту інтелектуальної власності. Міжнародні організації, зокрема ООН та ЮНЕСКО, зосереджуються на фінансуванні креативних індустрій для сталого розвитку світової економіки, оскільки сучасні проблеми вимагають комплексних рішень. Вони підтримують різні способи розвитку цих галузей та рекомендують дії для політики розвитку креативного сектора.

Країни поступово впроваджують програми підтримки та пільги для компаній креативних індустрій, як у розвинених, так і в розвиваючихся країнах, а навіть у країнах третього світу. ООН визначає важливість культури та творчості для досягнення цілей сталого розвитку, що сприяє зростанню підтримки цих галузей у всьому світі.

Також ЮНЕСКО активно проводить різні заходи для спілкування між державами з метою зміцнення міжнародного співробітництва у сфері державної політики, зокрема в творчих сферах. Це виявляється через все більш часті форуми та онлайн-зустрічі міністрів культури з різних країн світу, а також інтеграцію креативних індустрій у політику G20. В результаті культура отримує все більше значущості в усіх аспектах державної політики, що сприяє стабільній та сталій економіці.

Аналізуючи досвід розвитку креативних індустрій у різних країнах світу, стає очевидним, що цей сектор використовується для створення нових робочих місць, стимулювання інновацій, розвитку туризму та загального розвитку культури.

Незважаючи на те, що креативні індустрії є відносно новими, а фінансування та інша підтримка їх розвитку лише почали зростати,

підприємництво виявляється найбільш вагомим чинником у креативних індустріях у Сполучених Штатах з початку 2000-х років. Протягом останніх 15 років кількість компаній і фрілансерів, що наймають або співпрацюють з художниками, письменниками, музикантами та акторами, зросла майже в 1,5 рази.[16]

Креативна економіка США розвітала особливо активно під час адміністрації Барака Обами, хоча після приходу до влади Дональда Трампа цей процес трохи затримався через його скептичне ставлення до креативного класу.[17]

У Сполучених Штатах багато працівників у сфері креативної індустрії працюють як самозайняті або на позаштатних умовах. Цікаво, що ймовірність самозайнятості в цій галузі становить 3,6 рази більше, ніж серед решти працездатного населення США. Більшість інвестицій у мистецтво та культуру в США є приватними, наприклад, в Нью-Йорку цей відсоток становить близько 70%, тоді як державні фонди є менш значущим джерелом фінансування. Галузь мистецтва й культури в США вносить значний внесок у валовий внутрішній продукт, а саме 877 мільярдів доларів, що перевищує внесок багатьох інших галузей. Важливо також відзначити, що місця роботи в сфері мистецтва та культури становлять близько 3,1% загальної кількості робочих місць у США.

В Європі збільшується активність у сфері креативних індустрій. Наприклад, у 2014 році Європейський Союз запустив програму під назвою "Креативна Європа", яка передбачала інвестиції у розвиток європейських культурних і креативних індустрій у сумі 1,8 трильйона євро. Однією з частин цієї програми є "Гарантійний фонд культурного та творчого секторів", створений Європейським інвестиційним фондом (IEF), який сприяє покращенню умов для підприємців у творчих секторах. У майбутньому планується встановити відносини між державою та приватними компаніями, щоб забезпечити фінансову стабільність та сприяти їхнім інвестиціям у малі та середні підприємства креативних індустрій.

Статистичні дані свідчать, що в країнах Європейського Союзу у креативних індустріях працюють понад 12 мільйонів людей, що становить близько 7,5% всіх зайнятих у європейській економіці. Країни ЄС також мають деякі з найбільших організацій у сфері креативних індустрій, які займають значну частку світового ринку. Наприклад, Європейський альянс культурних і креативних індустрій (ECCIA) об'єднує шість європейських компаній: Altagamma – Італія; Circulo Fortuny – Іспанія; Comité Colbert – Франція; Gustaf III Komitté – Швеція; Meisterkreis – Німеччина; Walpole – Велика Британія. Вони представляють понад 600 креативних брендів та установ. [17] Креативні індустрії Європейського Союзу в цілому створюють понад 30 мільйонів робочих місць у всьому світі.

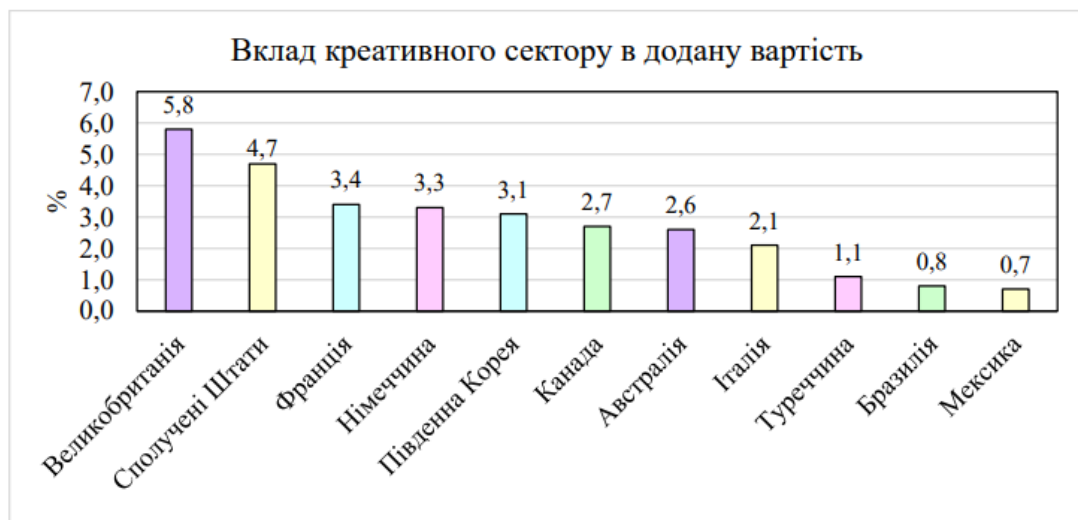


Рисунок 2.5 - Вклад креативного сектору в додану вартість за країнами, 2020 рік

Джерело: [17]

На попередньому графіку (рис.2.5) можна побачити, яку часту доданої вартості країни складають культурні та креативні індустрії.

Використання цифрових технологій і інновацій в креативному секторі революціонує всі його підгалузі, створюючи унікальні креативні інновації, навіть під час криз, зокрема під час пандемії Covid-19. Цифровізація креативних

індустрій сприяє злиттю цифрових технологій з творчою діяльністю, що призводить до виникнення нового сектору - Crea Tech. Crea Tech поєднує творчі навички і новітні технології, щоб застосовувати їх не лише у самих креативних галузях, але й для спільного виробництва креативних продуктів і послуг, поліпшення процесів створення і використання креативної продукції, залучення нової аудиторії, а також стимулювання бізнесу та інвестицій. Використання передових технологій, таких як штучний інтелект, доповнена і віртуальна реальність, 5G і блокчейн, у сфері Crea Tech перетворюють творчий досвід, продукти, послуги і бізнес-процеси, змінюють підходи до творчого виробництва та споживання креативної продукції, і стимулюють інновації.

Наприклад, Велика Британія активно впроваджує цифрові інновації в креативних галузях, починаючи від програмного забезпечення, що дозволяє створювати професійну музику, до аудіовізуального контенту та нових нішевих ринків, таких як невзаємозамінні токени (NFT), унікальні цифрові активи, побудовані на блокчейні, які радикально змінюють світ. Світ мистецтва – найвідомішим з яких є продаж NFT художником Біплом за 69,4 мільйона доларів. Країна, яка є другим за величиною ринком мистецтва у світі, спостерігала зростання торгівлі цифровим мистецтвом, при цьому онлайн-ринок мистецтва Великобританії зріс на 4% у 2019 році, і вже спостерігалось кумулятивне зростання онлайн-продажів, організованих британськими аукціонними будинками в 2019 році. У 2020 році на Sotheby's, Christie's і Phillips припадало 436%. [12]

Crea Tech визначається як унікальний сектор, який отримує визнання в світовій бізнес-спільноті як потужна галузь з великим потенціалом росту і розвитку. Це робить його привабливим для венчурних інвестицій. Країни, які продовжували збільшувати обсяги ризикових інвестицій у цей сектор з 2017 по 2020, зокрема Ізраїль, Велика Британія, Франція та Нідерланди (табл 2.1.). США мають найбільші обсяги венчурних інвестицій у сектор crea-tech, з капіталом в сумі £6560,12 млн у 2020 році. 2021 року США, Китай і Великобританія зайняли топ-3 позиції з найбільшими обсягами венчурних інвестицій у Crea Tech.

Таблиця 2.1 - Венчурні інвестиції у компанії crea tech за окремими країнами, млн. фунтів стерлінгів

Країни	Роки			
	2017	2018	2019	2020
Китай	2280	5080	3010	1940
Великобританія	498,8	759,43	803,46	981,81
Франція	180,89	331,48	306,83	487,59
Ізраїль	95,3	226,8	324,2	461,84
Німеччина	228,17	398,49	309,99	265,97
Південна Корея	48,39	1600,6	711,46	196,06
Швеція	114,22	130,73	75,41	159,23
Індія	192,28	578,33	88,25	140,6
Японія	103,63	107,53	198,93	117,16
Нідерланди	3,07	5,46	31,16	73,87

Джерело: [12]

Глобально спостерігається швидкий ріст компаній в секторі crea-tech, які стають "єдинорогами" - компаніями з капіталізацією в 1 мільярд доларів і більше. Деякі з найбільших "єдинорогів" включають південнокорейську Coupang з капіталізацією £35 млрд, китайську Sheln з капіталізацією £12 млрд і британську Oxsight з капіталізацією £1,7 млрд. Українська компанія Grammarly також входить до цього клубу "єдинорогів" з капіталізацією понад 1 млрд доларів. Grammarly є унікальною компанією, що надає онлайн-сервіс на основі штучного інтелекту для писання англійських текстів. [12]

2.3 Креативні індустрії в стратегічному розвитку країн світу

Поняття креативні (культурні) індустрії широко поширилося на початку XXI століття і в тісному зв'язку з концепцією креативної економіки та

креативного класу. Воно використовується для опису творчих галузей, які виробляють різноманітні товари і послуги, забезпечують зайнятість великому числу людей, використовують цифрові технології, піддаються інноваціям та переважно розвиваються в країнах західної Європи та США.

З економічної точки зору, креативні індустрії представляють собою економічну діяльність, що ґрунтується на використанні знань, талантів та ідей, які втілюються у бізнес-моделях та технологіях з метою отримання прибутку та розкриття творчого потенціалу. Креативні індустрії поєднують процеси створення, виробництва та комерціалізації креативного контенту, який має нематеріальний та культурний характер. Креативна економіка має найменшу залежність від матеріальних ресурсів, тому вона є надзвичайно динамічною у створенні нових робочих місць, генерації доходів та розвитку експорту.

ЮНКТАД визначає креативні індустрії як цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні ресурси. Вони охоплюють набір діяльності, заснованої на знаннях, яка створює матеріальні блага та нематеріальні інтелектуальні або мистецькі послуги з творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями.

Торгівля креативними товарами та послугами приносить зростаючий прибуток для країн, і в цьому контексті послуги відіграють провідну роль. За даними ЮНКТАД у 2020 році творчі товари та послуги становили 3% від загального обсягу експорту товарів і 21% від загального обсягу експорту послуг. Світовий експорт креативних товарів зріс з 419 мільйонів доларів США у 2010 році до 524 мільйонів доларів США у 2020 році, тоді як світовий експорт креативних послуг зріс з 487 мільярдів доларів США до майже 1,1 трильйона доларів США за той самий період.

Економіки, що розвиваються, експортують більше творчих товарів, ніж розвинені. У 2020 році Китай був найбільшим експортером креативних товарів (169 мільярдів доларів), за ним йшли США (32 мільярди доларів), Італія (27

мільярдів доларів), Німеччина (26 мільярдів доларів) і Гонконг (Китай) (24 мільярди доларів).

За останні два десятиліття торгівля творчими товарами між країнами Південь-Південь зросла майже вдвічі. У 2020 році торгівля творчими товарами між країнами Південь-Південь становила 40,5% від загального обсягу творчого експорту країн, що розвиваються. Торгівля Південь-Південь є важливим чинником для створення нових торгових можливостей та диверсифікації експорту в економіках, що розвиваються.

Експорт креативних товарів сильно постраждав через пандемію COVID-19 та світові карантинні заходи. У 2020 році експорт креативних товарів скоротився на 12,5%, що перевищує зниження експорту загальних товарів, що склало лише 7,2%. Однак попередні дані свідчать про початок відновлення експорту креативних товарів у 2021 році, і обсяг експорту перевищує рівень 2019 року.

Експорт креативних послуг також зріс, і їх частка у загальному обсязі експорту послуг зросла з 12,3% у 2010 році до 21,4% у 2020 році.

Країни з розвиненою економікою експортують значно більше креативних послуг, ніж країни, що розвиваються, і на них припадає 82,3% від загального обсягу експорту креативних послуг у 2020 році. Найбільшими експортерами креативних послуг у 2020 році були США (206 мільярдів доларів), Ірландія (174 мільярди доларів), Німеччина (75 мільярдів доларів), Китай (59 мільярдів доларів) і Велика Британія (57 мільярдів доларів).

Творчі послуги були більш стійкими, ніж інші сектори послуг під час пандемії COVID-19. У 2020 році експорт креативних послуг зменшився лише на 1,8%, тоді як експорт усіх послуг скоротився на 20%.

Країни, що розвиваються, зіткнулися з деякими перешкодами у здійсненні торгівлі послугами, включаючи креативні послуги. Серед цих перешкод можна виокремити недостатність основних навичок та інфраструктури, що може утруднити їх конкурентоспроможність у сфері креативних послуг, а також торгові обмеження.

За оцінками ООН, індустрії креативної економіки генерують річний дохід \$2,25 трлн, а глобальний експорт перевищує \$250 млрд. Середній темп зростання світового експорту креативної продукції за останнє десятиліття - 10% на рік. Експорт креативних товарів у Великобританії склав 4,9% від усього експорту, креативних послуг - 11,8%, Німеччині - 1,9% та 23,8% відповідно; США - 3,1% (експорт товарів та послуг), Канада - 2,5% (експорт товарів та послуг). На США припадає приблизно \$87 млрд світового експорту креативної продукції (14% від світового обсягу). Варто підкреслити, що на США припадає майже дві п'ятих світового експорту «культурних та рекреаційних послуг» (що включає аудіовізуальні послуги) та понад чверть світового експорту «візуального мистецтва», що позиціонує їх як світового лідера у цій сфері. [1]

Сектор генерує велику кількість робочих місць. В індустріях креативної економіки працює більше 50 млн осіб у всьому світі. Майже половина працівників - жінки, що відкриває нові можливості для вирішення проблеми гендерної нерівності. Середній вік - 15-29 років. Телебачення та візуальне мистецтво - найбільші галузі креативної економіки з точки зору генерування доходу, тоді як візуальне мистецтво та музика - найбільші галузі з точки зору формування зайнятості. [6]

Нові технології трансформують креативну економіку. Хоча ще занадто рано повністю розуміти, як ці технології вплинуть на креативні індустрії, у цьому розділі коротко розглядаються деякі з нових і нових технологій та їхні наслідки для майбутнього креативної економіки. Використання технологій індустрії 4.0 відкриває нові можливості для креативної економіки. Тривимірний (3D) друк, штучний інтелект, доповнена та віртуальна реальність (AR/VR), блокчейн, хмарні обчислення, дрони та Інтернет речей (IoT) є рушійною силою четвертої промислової революції. Вони створили нові шляхи для виробництва, розповсюдження та споживання творчих товарів і послуг, одночасно охоплюючи ширше коло споживачів у всьому світі. Штучний інтелект, наприклад, використовується деякими онлайн-платформами для персоналізації вподобань щодо музики та фільмів. Адитивне виробництво, або 3D-друк, можна

використовувати для виготовлення ремесел. Доповнена реальність дозволяє на показах мод залучати начебто невидимих моделей. Технологія блокчейн (тобто невзаємозамінні токени) може допомогти засвідчити оригінальність і право власності на унікальні твори мистецтва. Віртуальна реальність може сприяти повному зануренню в комп'ютерні ігри та виконавське мистецтво. Пандемія COVID-19 прискорила перехід до електронної комерції та цифрових платформ і відкрила можливості для трансформації креативної економіки. 2020 року ЮНКТАД та Асоціація електронної комерції NetComm Suisse опублікували дослідження про COVID-19 та електронну комерцію із результатами опитування, яке досліджує, як пандемія змінила спосіб використання споживачами електронної комерції та цифрових технологій. рішення. Опитування було зосереджено на дев'яти країнах, що представляють як розвинені економіки, так і країни, що розвиваються. [18]

Ринок креативних індустрій у 2023 році має важливе значення для бізнесу, щоб зрозуміти ринковий ландшафт, визначити можливості зростання (стратегії, послуги, клієнтська база), пом'якшити ризики (економічні фактори, вплив на бізнес, мінімізувати ризики), зрозуміти ринкові тенденції (останні тенденції). , розробки, уподобання споживачів, нові технології, динаміка, найвища конкурентоспроможність) приймати обґрунтовані рішення та досягати сталого зростання в конкурентному бізнес-середовищі.

Найкращі світові виробники на ринку творчих індустрій [37]:

- ● Huayi Brothers Media Corporation
- BLUEFOCUS
- Linewell
- China Film Group Corporation
- CSandS Corporation

Глобальний ринок креативних індустрій виглядає багатообіцяючим у найближчі 5 років. Станом на 2023 рік світовий ринок креативних індустрій оцінювався в 2669224,0 мільйона доларів США, і очікується, що він досягне

3434322,0 мільйона доларів США в 2028 році з CAGR 4,29% протягом прогнозованих років. [37]

Північна Америка, зокрема Сполучені Штати, має вирішальне значення на ринку креативних індустрій і не може бути ігнорована. Будь-які зміни в США можуть суттєво вплинути на розвиток ринку. Прогнозується значний ріст на ринку Північної Америки протягом передбачуваного періоду. Це може бути пояснено широким використанням передових технологій та наявністю великих гравців у цій галузі, що створює широкі можливості для зростання.

Європа також відіграє важливу роль на світовому ринку креативних індустрій і демонструє значний річний темп зростання (CAGR) з 2023 по 2029 рік. Регіон надає сприятливе середовище для розширення ринку та залучення інвестицій.

Незважаючи на конкуренцію на ринку, чітко проглядається глобальна тенденція до відновлення, що заохочує інвесторів. Галузь продовжує залучати нові інвестиції, сприяючи інноваціям і створюючи потенціал для подальшого зростання. Ця динаміка стимулює зацікавлених сторін використовувати нові можливості та робити внесок у розвиток галузі.

Підсумовуючи, глобальний ринок креативних індустрій має великий потенціал росту у передбачуваному періоді, при чому Північна Америка та Європа відіграють ключову роль. Очікується, що ринок значно зросте як за розміром, так і за річним темпом зростання завдяки факторам, таким як технологічний прогрес і присутність впливових гравців

РОЗДІЛ 3

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

3.1 Сучасний стан розвитку креативної економіки в Україні

В різних країнах визначення даного терміну досі залишається диференційованим, незважаючи на те, що креативна економіка набуває все більшого поширення та було зроблено багато спроб формування інтернаціонального стандарту, однак українське офіційне визначення передає основну суть креативних індустрій. [17]

Поняття креативна економіка та креативні індустрії в Україні розвиваються не так давно, про що свідчать внесені зміни до Закону України "Про культуру" № 2458-VIII від 19 червня 2018 року. Згідно з ним креативні індустрії можна охарактеризувати, як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості. Крім того, зазначається, що одними з найважливіших чинників сталого розвитку держави є охорона, заохочення та підтримка культурного розмаїття. [19]

Креативні індустрії (КІ) України включають візуальне мистецтво, сценічне мистецтво, видавничу діяльність, дизайн, моду, ІТ аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви та музеї, народні художні промисли. [20]

Якщо заглянути в недалеке минуле, то в країні креативні індустрії, не зважаючи на прийняті відповідні законопроекти, розвивались дуже повільно і їм не приділяли належної уваги.

За даними дослідження «Креативна економіка: нова економічна ера XXI століття», українська креативна економіка зазнала значного зростання з 2013 по 2019 рік, додана вартість зросла в 3,5 рази з 74,2 млрд грн до 258,9 млрд грн до

повномасштабного російського вторгнення. Це зростання було здебільшого за рахунок ІТ-сектору, на який припадає майже чверть доданої вартості від креативної економіки в 2019 році, 75% цього обсягу припало на комп'ютерне програмування.

Згідно з даними рисунка 3.1. 2020 року видно значне зростання валової доданої вартості в креативних галузях України. Наприклад, менше, ніж 10 років тому, вартість, створена в сферах креативної економіки, складала 31 мільярд гривень, що становило приблизно 3% загальної валової доданої вартості 2013 року. Але вже 2020 ця сума зросла до 132,4 мільярдів гривень, що становило 4,2% від загальної доданої вартості[20]. Графічну динаміку збільшення валової доданої вартості від креативних галузей можна побачити на поданій діаграмі.

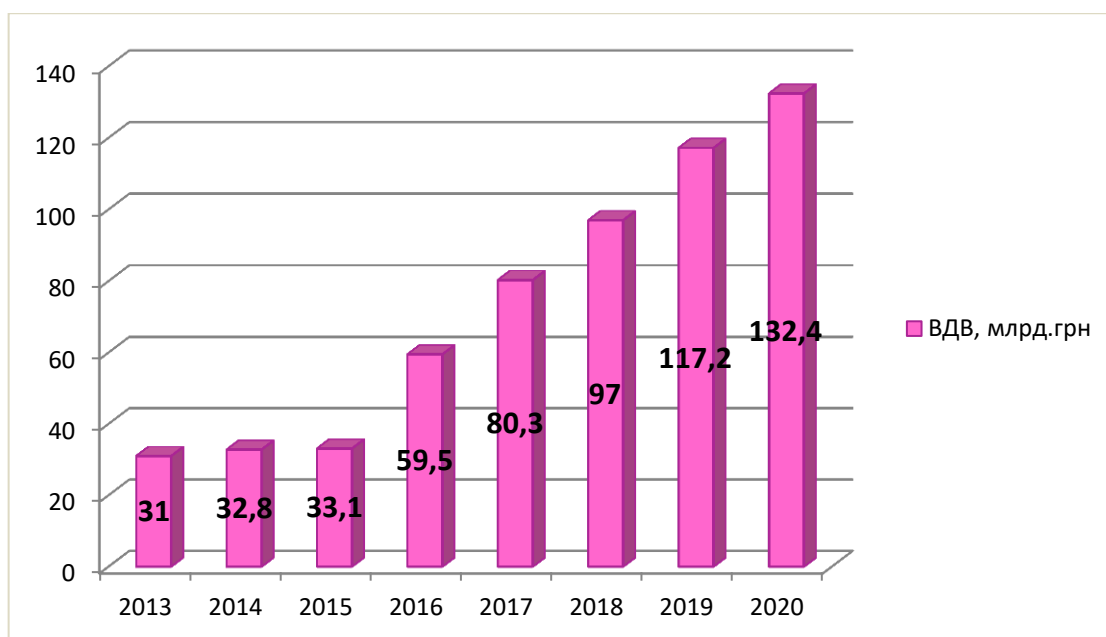


Рисунок 3.1 - Динаміка валової доданої вартості КІ в Україні 2013-2020, у млрд. грн.

Джерело: складено автором за даними [21]

Швидкими темпами зростає і кількість фірм в сферах КІ. На 2019 рік налічувалось 205,5 тисяч суб'єктів господарювання (СГ). Для порівняння, роком раніше в КІ діяло 175,2 тисячі СГ, а в 2013 році – 97 тисяч СГ. Відповідно, кількість СГ, які створюються ВДВ у КІ зросла у 2019 році на 17,3% до

попереднього року та більш ніж вдвічі до 2013 року. Інші види економічної діяльності КІ зростали повільніше і, як результат, частка компаній КІ зросла з 5,6% в 2013 році до 10,6% у 2019. [6]

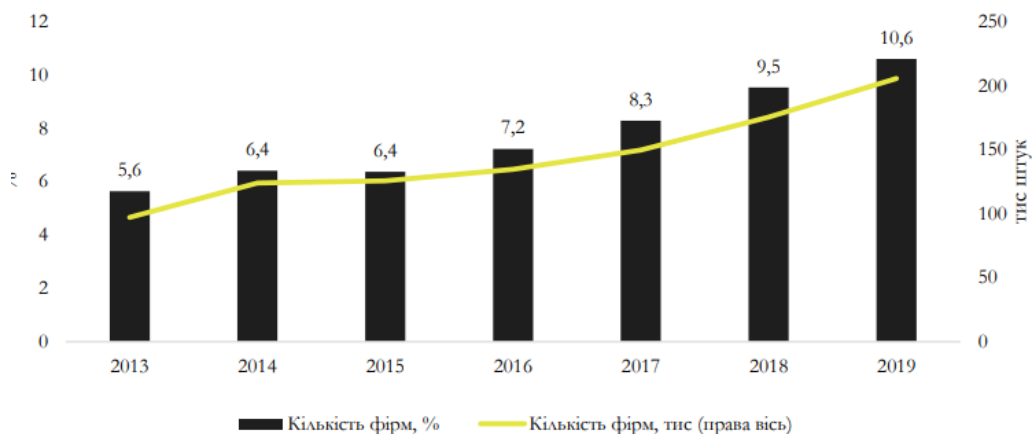


Рисунок 3. 2 - Кількість фірм КІ в Україні [20]

Більша частина СГ КІ діє у сфері Комп'ютерного програмування - майже 59% від усіх бізнесів КІ в 2019 році (рис.3. 2). Кількість СГ у сфері Комп'ютерного програмування у 2019 році зросла на 21% до попереднього року, та більш ніж втричі до 2013 року. Можливою причиною такого суттєвого зростання є активне використання спрощеної системи звітності та оподаткування, що мотивує спеціалістів реєструватися як індивідуальні підприємці.

Сфера інформаційних технологій є однією з найуспішніших галузей креативної економіки в Україні. Цей сектор вносить значний внесок у загальну валову додану вартість креативних індустрій. Незважаючи на кризу, пов'язану з пандемією COVID-19 та впливом на інші креативні галузі, сфера інформаційних технологій показала поліпшення показників у 2020 та 2021 роках. Крім того, дизайн та деякі інші види діяльності також виявилися відносно стійкими серед креативних галузей.

Маркетинг, реклама та PR, а також аудіовізуальне мистецтво є успішними та швидкозростаючими галузями креативної економіки з високою ефективністю.

На рисунку (рис. 3. 3) можна спостерігати внесок окремих видів діяльності в загальну валову додану вартість України.

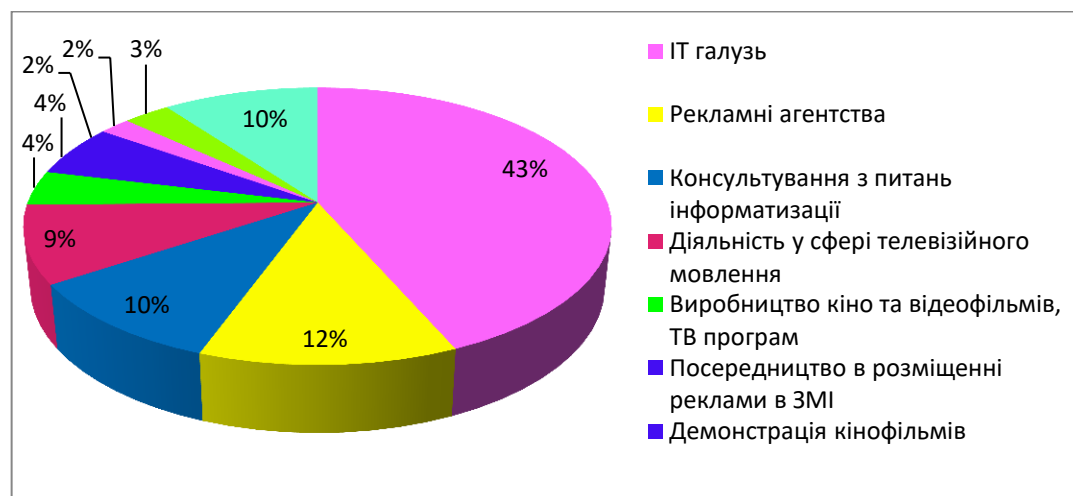


Рисунок 3. 3 - Структура валової доданої вартості креативних індустрій в Україні 2019, у %

Джерело: складено автором за даними [21]

Інші ключові внески в українську креативну економіку включали архітектуру та інженерію (9,2% доданої вартості у 2019 році), інформаційні послуги (7,8%), кіно та телебачення (7,8%), рекламу та маркетинг (7,7%).

До початку повномасштабної війни креативні індустрії в Україні розвивалися швидкими темпами - зазвичай за рахунок ІТ-сектору, а також таких галузей, як архітектура, інженерія, інформаційні послуги, телебачення, реклами та маркетинг. Тобто діяльність, яка базується на використанні інтелекту, знань, технологій, креативності, інновацій, передбачає створення унікальних продуктів і має високу додану вартість.

При цьому сфера значно постраждала під час війни: згідно зі статистичним оглядом «Креативні індустрії у 1 кварталі 2022 року», який провело Міністерство культури та інформаційної політики України, у порівнянні з 1 кв. 2021 року, у січні-березні 2022 року обсяг задекларованих доходів у сфері креативних індустрій зменшився на 41%, а загальна кількість платників податку - на 60%. Найбільше постраждали сфери архітектури та кіно, де задекларовані доходи

впали на 74%. Доходи від реклами скоротилися на 66%, від дизайну – на 54%, а від ІТ - на 32%. [22]

Загалом війна найменше вплинула на ІТ-сферу - якщо подивитися на структуру задекларованих доходів по галузях у 1 кварталі 2022 року, то найбільше, а саме 84,5% (39,3 млрд грн) припадає на ІТ-сферу.

Зараз уряд намагається спрямувати певні зусилля на відновлення креативної економіки, про це йдеться у Плані відновлення України у розділі «Культура та інформаційна політика». Серед головних напрямків – відновлення і збільшення фінансування Українського культурного фонду, просування культурних здобутків України за кордон, підтримка креативних фахівців, які повернулися до України з-за кордону, та різноманітні грантові програми. Також передбачається запуск Національного офісу розвитку креативних індустрій – він буде основним провайдером державної підтримки для креативного бізнесу та інноваційного розвитку креативних індустрій. [22]

Отже, під час війни креативні індустрії стикаються з втратою талантів, зменшенням фінансування, зниженням попиту на культурні продукти та послуги, а також негативними наслідками розірваних ланцюгів постачання. Державні кошти, які раніше спрямовувалися на культуру, в умовах воєнного стану перенаправляються на підтримку Збройних Сил України. Однак, креативні індустрії можуть стати силою відновлення України після війни. Деякі підприємці продовжують свою діяльність, експортуючи креативні продукти та сприяючи економіці країни. Креативні фахівці організовують багато волонтерських ініціатив, надають допомогу армії, мирному населенню на звільнених від окупації територіях та переселенцям. Для успішної співпраці з культурними працівниками в цих важких умовах необхідно глибоко розуміти їх внутрішній стан і особливості реагування на виклики.

3.2 Розробка стратегії розвитку креативної економіки в Україні

Увага більшості людей в Україні не зосереджена на нових ініціативах у підприємстві, і виробництво все ще залежить переважно від факторів, таких як праця та ресурси. Цей вид виробництва не спроможний генерувати високу додану вартість, тому українська економіка не здатна досягти стабільного довгострокового зростання в таких умовах. Для досягнення стійкого росту в економіці України необхідні не лише збільшення обсягів виробництва, але й прогрес у науково-технічній сфері, всебічний розвиток економіки, включаючи креативний сектор, і безмежний потенціал інновацій. Однак, Україна має значний потенціал у сфері людського капіталу, зокрема творчого та інтелектуального, тому розвиток креативної економіки та створення нових підприємств мають велике значення для української економіки.

Не зважаючи на всі перспективи розвитку креативних індустрій в Україні, на сьогодні існують проблеми в багатьох секторах економіки країни, зокрема і в креативній економіці, через початок війни у лютому 2022 року. Зараз передову роль відіграє не розвиток, а саме відновлення найважливіших сфер, рівня ВВП та підтримка економічного розвитку загалом в короткостроковій перспективі. Беручи до уваги той факт, що Україна відноситься до країн, що розвивається, досить важко буде в таких умовах активно розвивати креативну сферу економіки, що на багато простіше є для розвинутих країн. Тим не менш, теперішню ситуацію можна також трактувати, як вдалу для початку розвитку даної сфери, адже на Україну звернув увагу світ, почав цікавитись культурою, історією та теперішнім розвитком. Зміни почнуть відбуватися, якщо уряд країни буде зацікавлений та розставить чіткі пріоритети щодо розвитку креативної економіки України, а саме правильно розподілить фінанси, інвестиції, буде заохочувати креативну та освічену молодь долучатися до розвитку галузі. У такому випадку буде потенціал підвищення рівня конкурентоспроможності цієї сфери навіть в цей нелегкий для України час.

Звичайно, що креативна економіка не повинна бути сферою номер один, яку потрібно розвивати, адже існують й інші галузі економіки, які мають більший потенціал розвитку в Україні. Тим не менш, підтримка креативної економіки може просунути країну на вищий рівень розвитку. Україна, маючи багато культурну спадщину, історію та кваліфіковані кадри, могла б монетизувати свої здібності та забезпечувати збільшення конкурентоспроможності.

Для більшого усвідомлення ситуації щодо потенціалу розвитку креативної економіки в Україні, було розроблено SWOT-аналіз.

Таблиця 3.1 - SWOT-аналіз потенціалу розвитку креативної економіки в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Стратегічне географічне розташування країни</p> <p>2. Країна багата на історичні та культурні пам'ятки, які привертають туристів з усього світу</p> <p>3. Наявність ряду регіонів, де формуються креативні кластери</p> <p>4. Створення все більшої кількості нових робочих місць в сфері послуг</p> <p>5. Велика кількість дослідників і розробників, які мають науковий ступінь, робить її однією з лідерів в Європі, що свідчить про високий науковий потенціал країни, який потребує підтримки та стимулюючих заходів з боку держави.</p>	<p>1. Відсутність ефективних програм та стимулів для розвитку креативної економіки</p> <p>2. Обмежена інфраструктура та підтримка, існує потреба в інвестиціях у заклади культури, творчі простори та навчальні програми для виховання та сприяння творчим талантам</p>

Джерело: розроблено автором на основі [23, 24]

Продовження таблиці 3.1

Можливості	Загрози
<p>1.Зростаюча ІТ-галузь в Україні</p> <p>2.Покращення рівня життя населення країни,</p> <p>3.Розвиток туризму на території країни, особливо Західний регіон та історичні міста</p> <p>4.Освічена молодь та в цілому робоча сила, яка здатна підвищувати конкурентоспроможність країни</p> <p>5.Зростає міжнародний інтерес до української культури, особливо в таких сферах, як традиційне мистецтво, музика та фольклор</p>	<p>1.Війна в Україні, яка чинить великий вплив на інвестиційну привабливість країни, а також на окремі сектори господарства країни</p> <p>2.Відтік кваліфікованих кадрів через недостатнє фінансування сфери науки, а також творчої молоді та</p> <p>3.Відсутність реальних статистичних даних, які б дозволили отримати офіційні дані про реальний стан розвитку креативних індустрій і повністю ідентифікувати креативну економіку, її окремі галузі та розробити обґрунтовану стратегію розвитку</p> <p>4.Відсутність готових до впровадження передових власних технологій.</p> <p>5.Захист прав інтелектуальної власності в Україні не завжди є сильним, існує ризик піратства та порушення авторських прав</p>

Отже, враховуючи всі сильні/слабкі сторони, а також можливості та загрози можна розробити реальну стратегію для впровадження креативної економіки в Україні.

По-перше, потрібно створити комплексну політичну основу, а саме зацікавленість та визнання уряду важливості креативної економіки. Уряд України

повинен створити сприятливе середовище для розвитку креативних індустрій, а саме визначити конкретні цілі, заходи для підтримки зростання креативної економіки. Це можна зробити за допомогою механізмів фінансування, спеціально розроблених для креативних галузей, такі як гранти, позики та фонди венчурного капіталу. Крім того, потрібно запровадити податкові пільги для заохочення інвестицій у сектор, включаючи податкові пільги для творчого бізнесу, зниження податків на інтелектуальну власність та спрощені процедури реєстрації авторських прав. Такі зміни можуть зацікавити творчу молодь і змусити задуматись над бажанням розвивати свої навички за межами країни.

По-друге, велику увагу приділити системі освіти та розвитку навичок у молодого покоління населення. Для виховання креативності та інновацій вкрай важливо інтегрувати мистецтво та творчі дисципліни в систему освіти. Важливо акцентувати увагу на розвитку креативного напрямку у реформуванні освіти, зокрема, на активному залученні творчих та художніх дисциплін до STEM-освіти, що об'єднується загальним терміном "Arts". Зокрема, видатні дисципліни в галузі мистецтв, такі як промисловий дизайн, архітектура та індустриальна естетика, мають провідну роль у сфері Arts. У майбутньому необхідно активно рухатися від STEM (природничі науки, технологія, інженерне мистецтво, математика) до STEAM-освіти (природничі науки, технологія, інженерне мистецтво, творчість, математика). Успіх освітньої реформи можливий лише за умови перетворення STEM на STEAM-освіту, а в майбутньому - на STREM-освіту, де "R" означатиме робототехніку. [24] Навчальні заклади також можуть запропонувати спеціалізовані програми в таких сферах, як дизайн, образотворче мистецтво, виконавське мистецтво та медіадослідження. Крім того, партнерство між школами, університетами та фахівцями галузі може надати студентам практичний досвід, наставництво та стажування, долаючи розрив між освітою та творчою робочою силою.

По-третє, інвестиції в інфраструктуру та ресурси є вирішальними для розвитку креативної економіки. Створення культурних і творчих центрів, таких як мистецькі райони чи інноваційні кластери, може служити фізичним простором

для співпраці, спілкування та демонстрації творчих робіт. Ці центри можуть надавати спільні приміщення, студії, виставкові простори та майданчики для вистав. В Україні вже почався розвиток спеціальної інфраструктури, тому важливим також є підтримка та розвиток.

Крім того, важливим є надання доступу до таких ресурсів, як обладнання, фінансування та наставництво, має важливе значення для творчих підприємців і художників. Інкубатори та коворкінги, спеціально створені для креативного сектору, можуть запропонувати послуги підтримки, бізнес-навчання, а також доступ до мереж і можливостей фінансування.

Не менш важливим елементом стратегії можна вважати просування креативних індустрій країни в міжнародному масштабі. Це потрібно для розширення ринкових можливостей та залучення іноземних інвестицій. Наприклад, участь у міжнародних ярмарках, фестивалях і програмах культурного обміну може продемонструвати творчі таланти країни та сприяти співпраці з міжнародними партнерами. Встановлення партнерства, з іншими країнами, в цілому може сприяти транскордонному співробітництву, обміну знаннями та спільним проектам. Ці партнерства можуть включати спільне виробництво, програми культурного обміну та спільні дослідницькі ініціативи. Крім того, просування країни як творчого місця для туристів може залучити відвідувачів, зацікавлених у знайомстві з місцевим мистецтвом, культурою та творчими пропозиціями.

Важливо також врахувати, що варто покращити ефективність системи захиту інтелектуальної власності, адже це є фундаментальною умовою для існування креативної економіки. Для захисту прав творчих людей і компаній слід встановити чіткі та обов'язкові закони та правила. Це включає закони про авторське право, захист товарних знаків, патентні системи для інноваційних технологій і захист промислових зразків. Можна також проводити просвітницькі компанії для інформування творчих професіоналів про їхні права та важливість реєстрації та захисту їх інтелектуальної власності. Повинні існувати механізми примусу для боротьби з порушеннями прав інтелектуальної власності та надання

правової допомоги творцям у випадках порушення авторських прав або несанкціонованого використання їхньої роботи.

На завершення, уряд повинен сприяти зв'язкам між креативними індустріями та іншими секторами, а саме налагодити зв'язки між креативними індустріями та іншими секторами економіки, такими як туризм, виробництво та технології.

Враховуючи сучасну геополітичну ситуацію в Україні існує також програма на довгострокову перспективу, а саме на 2026-2032 рр. Вона включає в себе декілька пунктів.[25]

По-перше, реалізація програми "Креативний рюкзак", яка надає школярам можливість подорожувати по різних містах України та ознайомлюватися зі сучасними креативними практиками та професіями. Ця програма отримує державне фінансування, яке забезпечує поїздки українських школярів, а також їх знайомство з різноманітним креативним досвідом, включаючи екскурсії, воркшопи, тренінги з віртуальної реальності/розширеної реальності, 3D-друку, кіношкіл, моделювання одягу та багато іншого.

По-друге, удосконалення освіти в галузі креативних індустрій:

- надання практичних навчальних послуг з продажу на міжнародних маркетплейсах, захисту прав інтелектуальної власності та інших аспектів.
- установлення нових зв'язків, партнерств і програм обміну з іноземними університетами в галузі креативних індустрій.
- грантова програма для розробки освітніх продуктів у сфері креативних індустрій, зокрема програм неформальної освіти, а також підтримка розробки професійних та освітніх стандартів.

По-третє, підтримка розвитку креативних індустрій шляхом зменшення податкового навантаження:

- необхідність фіскального стимулювання для відновлення виробництва та подальшого розвитку підприємств в галузі креативних індустрій.
- регулювання питань "тіньової" діяльності в концертній індустрії шляхом впровадження "єдиного квитка" (реєстр квиткового господарства) та зміну

оподаткування для продавців квитків (неможливість продавцям перебувати на спрощеній системі оподаткування, запровадження РРО тощо).

Отже, успішне впровадження креативної економіки в Україні потребує скоординованих зусиль усіх зацікавлених сторін. За належної підтримки з боку уряду креативні індустрії мають потенціал зробити значний внесок в економічне зростання та соціальний розвиток України.

3.3 Визначення механізмів підтримки розвитку креативної економіки в Україні

Аналіз сектору креативної економіки в Україні показує, що його галузі розвиваються нерівномірно. Хоча подальше розширення сектора сприятиме загальному економічному зростанню, це може призвести до поглиблення дисбалансу у розвитку галузей і регіонів країни. В даний час найсприятливішим середовищем для розвитку креативної економіки в Україні є сфера інформаційних технологій (ІТ), де замовниками виступають переважно іноземні інвестори. Тут існує високий рівень оплати праці та комфортні умови працевлаштування, такі як гнучкий графік роботи, проєктний підхід, увага до соціалізації працівників, постійне навчання та вдосконалення навичок тощо. У ІТ-секторі переважає самозайнятість та неформальна зайнятість. Перспектива отримання високої заробітної плати стимулює потенційних працівників до самостійного навчання, оскільки наявна система освіти не забезпечує підготовки конкурентоспроможних програмістів і фахівців у суміжних галузях.

Решта галузей креативної економіки, які не мають такого потужного зовнішнього чинника зростання, зіштовхуються в Україні з низкою системних проблем. [6]:

По-перше, недосконала законодавча база: нерегульована низка питань, пов'язаних з функціонуванням креативних індустрій, законодавство недостатньо

сприяє розвитку креативної економіки, низка креативних професій відсутня у класифікаторі професій, особливо гостро стоїть питання захисту прав інтелектуальної власності, авторських прав та цифрових прав;

По-друге, відсутність єдиної державної стратегії, політики розвитку креативної економіки, дієвих та ефективних механізмів й інструментів її реалізації, а також механізмів та інструментів реалізації вже прийнятих стратегій і програм розвитку національної економіки України та окремих галузей, що визначають креативний підхід, знання, інформацію та інновації ключовими факторами розвитку та зростання;

По-третє, велика частка тіньового сектору креативних індустрій (наприклад, креативні товари та послуги безперешкодно поширюються через соціальні мережі та Інтернет без юридичного оформлення підприємницької діяльності), що зумовлено як зазначено вище проблемами, так і фактичною відсутністю юридичної відповідальності за роботу без дозвільних документів та ухиляння від сплати податків;

По-четверте, недосконале кадрове забезпечення та застарілість системи освіти. Особливо відчутні нестача професіоналів у сфері мистецтва, моди та дизайну (арт-менеджери, продюсери, дизайнери міжнародного рівня, куратори творчих проєктів), відсутність посередників між творцями та споживачами (критики, колекціонери, поціновувачі). Система освіти в Україні орієнтована на підготовку кадрів, що діють за шаблоном, а не спонукає до вираження креативності та творчого підходу до вирішення поставлених завдань;

Крім цього до таких проблем належать: ускладнений доступ представників креативної економіки до фінансових ресурсів; недостатнє матеріально-технічне й інформаційне забезпечення науково-технологічної та інноваційної діяльності; низький рівень розвитку більшості креативних індустрій і слабка розвиненість інноваційної інфраструктури в частині комерціалізації креативних ідей.

Загальнодержавна та місцева політики розвитку креативної економіки мають ґрунтуватися на усвідомленні їх міждисциплінарної природи (синтезу економічної, культурної, соціальної, технологічної та екологічної складових).

Потрібне усвідомлення недостатнього рівня бізнес-освіти у творчих підприємців, складнощів, пов'язаних з оцінкою нематеріальних активів, захистом прав інтелектуальної власності, авторських та цифрових прав, доступом до фінансових ресурсів як причин недостатнього рівня розвитку креативної економіки. Відтак на різних стадіях розвитку креативної економіки виникатиме потреба у задіянні різних заходів для зростання і просування відповідних індустрій.

Не дивлячись на певні проблеми, з якими стикається Україна в розвитку креативної економіки, на сьогодні ця галузь набуває все більших обертів та популярності, фахівці країни активно працюють над підтримкою розвитку креативної економіки, оскільки вона визнається як важливий сектор для стимулювання інновацій, творчості та економічного зростання. Таким чином можна виділити такі механізми розвитку та поширення креативної економіки в Україні:

1. Розвиток кластерів та інноваційних хабів, котрі об'єднують компанії, стартапи, творчі команди та інші учасники креативної економіки. Це буде створювати сприятливе середовище для співпраці, обміну ідеями та розвитку нових проектів. В Україні існують кластери, що вже сприяють розвитку креативної економіки, до яких належать:

- IT-кластер "UNIT.City" [26];
- Creative States [27],
- Lviv IT Cluster- спільнота провідних компаній з галузі інформаційних технологій, які спільно взяли на себе ініціативу з проведення системних змін у бізнес-середовищі міста.

Крім цього є приклади інноваційних хабів, котрі вже функціонують, а саме:

- Creative Quarter, що працює в Одесі з метою розвитку креативної економіки та культурних ініціатив. Creative Quarter надає спільні простори для роботи, організовує тренінги, семінари та культурні заходи для стимулювання творчості та співпраці між різними галузями. [28]

- Innovation Dock - інноваційний хаб, який зосереджений на розвитку технологій, дизайну та креативності; надає робочі простори, організовує програми акселерації, тренінги, конференції та інші заходи, що сприяють обміну ідеями та стимулюють інноваційні проекти.

2. Запровадження безповоротної фінансової підтримки стартапів у сфері креативної економіки, наприклад, за допомогою різних грантових програм та конкурсів. Ці програми можуть надавати фінансову допомогу та ресурси для розвитку ідеї чи проекту в областях, таких як дизайн, музика, мистецтво, відеопродакшн тощо. В решті-решт, стартапи, кострі успішно пройдуть конкурсний відбір, отримують фінансову підтримку на розробку продукту, просування на ринку або розширення своєї діяльності. Крім цього, ефективним може бути створення інкубаторів або акселераторів для стартапів у сфері креативної економіки. Ці організації надають не тільки фінансову підтримку, але й експертний супровід, менторинг, доступ до мережі контактів та інші ресурси, що допомагають стартапам прискорити їхній розвиток. Інкубатори та акселератори також можуть організовувати навчальні програми, спеціальні заходи зі збору інвестицій та забезпечувати зв'язок з потенційними інвесторами.

3. Розвиток необхідної інфраструктури, яка буде значно покращувати умови розвитку креативної економіки. Інноваційна інфраструктура є одним з основних елементів національної інноваційної системи. Своєю чергою, вона є системою взаємозалежних і взаємодоповнюючих організацій різної спрямованості й різних організаційно-правових форм, які забезпечують реалізацію усіх етапів інноваційного та креативного процесу. В умовах постіндустріального суспільства інфраструктура – це основна складова того підтримуючого середовища, на базі якого формується національна інноваційна система та її модулі – інноваційні екосистеми різного рівня. До її складу входять: матеріально-технічні об'єкти; система фінансової підтримки, включаючи венчурну індустрію; інфраструктура сервісів і компетенцій, що спеціалізується на наданні послуг високотехнологічним компаніям; інформаційні системи, що забезпечують взаємодію й обмін даними між учасниками інноваційної екосистеми.[29]

4. Здешевлення кредитів для суб'єктів на господарську діяльність у сфері креативної економіки. [6] Спеціалізовані фінансові установи, такі як банки або кредитні кооперативи, також можуть пропонувати спеціальні кредитні продукти для суб'єктів креативної економіки. Ці продукти можуть мати знижені відсоткові ставки, гнучкі умови погашення кредиту або навіть спеціальні програми підтримки для стартапів у цьому секторі.

ВИСНОВКИ

У роботі було досліджено різні аспекти розвитку креативної економіки, зосереджуючись як на концептуальній основі, так і на глобальних і національних вимірах її зростання.

У ході роботи було розглянуто сутність, особливості та передумови формування креативної економіки; проаналізовано розвиток креативної економіки в контексті глобалізації. Під час дослідження тенденцій розвитку креативної економіки в розвинених країнах, було визначено, що креативні інвестиції є значним внеском у світову економіку.

Окрему увагу було присвячено дослідженню стану і перспектив розвитку креативної економіки в Україні. Було оцінено поточний стан креативної економіки в Україні, визначено як наявні сильні сторони, так і виклики, які необхідно вирішити. Крім того, було досліджено механізми підтримки розвитку креативної економіки в Україні, наголошуючи на важливості фінансових стимулів, розвитку інфраструктури, зміцнення потенціалу та сприяння співпраці в креативному секторі.

Таким чином, було зроблено ряд висновків, які описують суть дослідження.

Одним з основних елементів сучасної економіки є знання, які, якщо їх ефективно використовувати, сприяють соціально-економічному зростанню і інноваційному розвитку. У суспільстві, яке перейшло до постіндустріальної ери, знання стають ключовим чинником сучасного прогресу і є суспільним благом, яке збільшується з його використанням. У наукових джерелах зустрічається термін "економіка знань", що описує економіку, засновану на знаннях.

Попередньою умовою виникнення креативної економіки є концепція "креативних індустрій". Існує багато різних точок зору щодо виникнення цього поняття.

Креативна економіка також включає соціальний, сталий, культурний та економічний аспекти. Вона сприяє зняттю меж між країнами та сприяє обміну ідеями, інноваціями та рішеннями, що сприяє загальному розвитку цієї галузі та розширенню її меж та форм. Це сприяє розвитку міжнародних зв'язків та міжнародному співробітництву. За даними ЮНКТАД, креативна економіка стає національною перевагою для економічного розвитку країн з різноманітною культурою, зокрема для країн, що розвиваються.

ЮНЕСКО підтримує захист культурного розмаїття та сприяє розвитку креативної економіки через свої програми та ініціативи. ВОІВ займається захистом інтелектуальної власності, включаючи авторські права та патенти, що має велике значення для креативних індустрій. ЮНКТАД надає аналітичні дослідження, статистику та консультації щодо розвитку креативної економіки в країнах світу. Такі організації створюють форуми для обміну досвідом і найкращими практиками між країнами, сприяють створенню міжнародних мереж співробітництва та розвитку міжнародних ринків для креативних продуктів і послуг. Вони також підтримують зближення культур, сприяють туризму та культурним обмінам, що впливає на розвиток креативної економіки

Глобалізація та цифрова революція також змінили спосіб споживання та розповсюдження творчих продуктів. Онлайн-платформи, потокові сервіси та соціальні медіа створили нові можливості для створення, розповсюдження та монетизації контенту. Це породило нові бізнес-моделі, такі як платформи цифрового контенту та потокові послуги, які підірвали традиційні індустрії та створили нові можливості для художників і творців у всьому світі.

Розвинені країни креативної економіки стикаються з такими проблемами, як зростання конкуренції, зміна споживчих моделей і потреба в постійних інноваціях. Щоб продовжувати стимулювати економічне зростання, ці країни повинні адаптуватися до мінливих тенденцій і технологій, що розвиваються, продовжуючи інвестувати в розвиток талантів та інфраструктуру.

Країни, що мають високий рівень розвитку, зазвичай експортують більше креативних послуг, ніж країни з низьким рівнем розвитку, з них більше 82,3%

всього експорту креативних послуг у 2020 році. За останні десятиліття кількість креативних послуг, що експортуються, в розвинених країнах та країнах, що розвиваються, поступово наближується одна до одної. Наприклад, у 2020 році найбільшим експортером креативних послуг були Сполучені Штати Америки, а в Ірландії багатонаціональні компанії, зокрема у сфері комп'ютерних послуг, значно сприяють експорту креативних послуг. Також відомо, що Німеччина є другим за величиною експортером креативних послуг, а Китай та Великобританія доповнюють перелік.

На сьогоднішній день креативна економіка в США є важливою галуззю, що включає в себе різноманітні сфери, такі як реклама, музика, видавництво, фільми та інші. За даними Національного об'єднання креативної економіки, у 2019 році креативні індустрії США внесли до економіки країни \$ 760 млрд. Канада також розвиває свої креативні індустрії, зокрема, у 2019 році ці галузі становили 3,8% ВВП Канади та надавали роботу понад 700 000 людей.

Прогнозується значний ріст глобального ринку креативних індустрій протягом передбачуваного періоду, з вирішальною роллю Північної Америки та Європи. Очікується, що ринок значно збільшиться як за обсягом, так і за щорічним темпом зростання, завдяки таким факторам, як технологічний прогрес і присутність впливових гравців.

Сфера інформаційних технологій в Україні є однією з найуспішніших галузей креативної економіки. Цей сектор вносить значний внесок у загальну валову додану вартість креативних індустрій. Незважаючи на вплив пандемії COVID-19 та її кризові наслідки для інших галузей творчості, сфера інформаційних технологій продемонструвала покращення своїх показників у 2020 та 2021 роках. Крім того, дизайн та інші сегменти діяльності також виявилися відносно стійкими у межах креативної сфери.

Важливо зазначити, що маркетинг, реклама та PR, а також аудіовізуальне мистецтво - це галузі креативної економіки, які проявляються як успішні та швидкозростаючі з високою ефективністю. На діаграмі можна відзначити значний внесок цих окремих видів діяльності в загальну валову додану вартість України..

Загалом ця робота підкреслює важливість креативної економіки як рушія економічного зростання, інновацій та конкурентоспроможності. Наголошується на необхідності стратегічного планування, міжнародної співпраці та цільових механізмів підтримки для сприяння розвитку креативної економіки як у світі, так і в Україні. Використовуючи потенціал креативних індустрій і сприяючи створенню сприятливого середовища для творчості та інновацій, країни можуть позиціонувати себе в авангарді глобальної креативної економіки, отримуючи вигоди від її економічних, соціальних і культурних переваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Свінцицька О., Ткачук В. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посіб. Житомир : Держ. ун-т «Житом. політехніка», 2020. 219 с
2. Самійленко Г. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2-ге вид. Чернігів, 2020. С. 31–42. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/219366/219126>.
3. Шумейко Л. Культурні та креативні індустрії: історія та сучасність. Секція ххiv. культура та мистецтво. 8-ме вид. Коломійця, 2021. С. 456–460. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.24.09.2021.85>
4. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва. Регіональна економіка. 3-тє вид. Луцьк, 2014. С. 182–186. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-3_0-pages-182_186.pdf
5. Kotlyk A. V., Dmitriiev K. I. The essence of creative economy. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика. Харків, 2019. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/21651/1/Kotlyk_Dmitriiev.pdf.
6. Креативна економіка: нова економічна епоха ххі ст : Україна : 2023 / В. Галасюк. URL: https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf
7. Ушкаренко Ю., Чмут А., Синякова К. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. Мукачівський державний університет. 18-те вид. Херсон, 2018. С. 67–72. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/10.pdf
8. Home | UNESCO. Home | UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en>
9. Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ). Постійне представництво України при відділенні ООН та інших міжнародних організаціях у Женеві. URL: <https://geneva.mfa.gov.ua/posolstvo/2610-wipo.>

10. Мазуренко В., Копійка Д. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки. 8-ме вид. Київ, 2018. С. 200–205. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/4146/4078>
11. Гудима Л. О. Креативна економіка: світовий досвід та виклики для України в межах кризових перетворень. Глобалізаційні процеси в економіці. 5-те вид. Київ, 2020. С. 100–106. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-100_106.pdf.
12. Каленюк І., Кузнецова Н. Креативна економіка у світовому інноваційному процесі. Міжнародна економічна політика. Київ, 2022. С. 102–123. URL: http://1032689.iepjourn.web.hosting-test.net/journals/36/2022_36_5_Kaleniuk_Kuznetsova_101-123.pdf
13. Centárová J. Creative economy as a tool of competitiveness. Current Problems of the Corporate Sector 2020. 1007th ed. Bratislava, 2020. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301007>
14. The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries. Geneva, : Creative Economy Outlook. 158 p. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf.
15. Карасьова Н. А. Досвід розвинених країн у сфері креативної економіки. 10-те вид. 2019. С. 30–37. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-10-30-37>.
16. The Creative Economy - The Policy Circle. The Policy Circle. URL: <https://www.thepolicycircle.org/minibrief/the-creative-economy/>
17. Павлова Ю. Тенденції розвитку креативної економіки. Київ, 2022. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/bd5b1c40-2182-48f1-a8df-97b1d046aa33/content>
18. Creative economy offers countries path to development, says new UNCTAD report. *UNCTAD*. URL: <https://unctad.org/news/creative-economy-offers-countries-path-development-says-new-unctad-report>
19. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI : станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>

20. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / О. Ніколаєва та ін. М-во культури та інформ. політики України. 111 с. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
21. Валовий внутрішній дохід. *Державна служба статистики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
22. Як виживають креативні галузі під час війни - POLSKO-UKRAIŃSKI PORTAL GOSPODARCZY. *POLSKO-UKRAIŃSKI PORTAL GOSPODARCZY*. URL: <https://edialog.media/uk/2022/12/23/як-виживають-креативні-галузі-під-час/>
23. Замора О. І., Ярема Л. В. Проблеми і перспективи розвитку соціально-економічної сфери регіону. 6-те вид. Бережани, 2017. С. 13–16. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/6_2017/4.pdf
24. Федулова Л. Перспективність розвитку креативної економіки в Україні. *Економіка знань, інноваційна економіка*. 37-ме вид. Київ, 2018. С. 63–68.
25. Економічна правда. Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/>
26. Інтернет-сайт: UNIT.City. URL: <https://unit.city/>
27. Сервіси | Creative States. *Creative States*. URL: <https://creativestates.net/services>
28. Головна. *Creative Quarter*. URL: <https://creativequarter.net/ua/>
29. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. Львів, 2017. С. 483. URL: <https://ird.gov.ua/irdp/p20170702.pdf>.
30. Facts & Figures on America's Creative Economy - NASAA. NASAA. URL: https://nasaa-arts.org/nasaa_research/facts-figures-on-americas-creative-economy/
31. Cutting Edge | The creative economy: moving in from the sidelines. Home | UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-creative-economy-moving-sidelines>

32. Креативна нація: нинішній стан і майбутнє української креативної економіки. delo.ua. URL: <https://delo.ua/opinions/kreativna-naciya-ninisnii-stan-i-maibutnje-ukrayinskoyi-kreativnoyi-ekonomiki-406711/>

33. Поснова Т. В., Химорода О. П., Тершак Н. А. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування. Видавничий дім "інтернаука" / internauka. Ірпінь. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15185238483103.pdf>

34. Чевганова В., Введенська А., Заплава О. Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України. *Економіка та управління підприємствами*. 19-те вид. Полтава, 2018. С. 680–688. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/106.pdf

35. Beyond 20/20 WDS - Table view. *UNCTADstat*. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=14772>

36. 10. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій : дослідження. Київ : М-ВО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ТОРГІВЛІ ТА СІЛ. ГОСП-ВА УКРАЇНИ, 2023. 51 с

37. Latest 2023 "Creative Industries Market" Trend & Forecast by 2030 | With 112+ Pages. *MarketWatch*. URL: <https://www.marketwatch.com/press-release/latest-2023-creative-industries-market-trend-forecast-by-2030-with-112-pages-2023-05-11>

38. Креативна економіка – магістральний напрям формування соціально-орієнтованої економіки 1 / Л. Мельник et al. 52-60. 4th ed. Суми, 2022. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90712/1/Melnyk_creative_economy.pdf

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Огляд зарубіжної літератури

1. Florida, R., 2002. The Rise of the Creative Class-Revisited: Revised and Expanded.

"The Rise of the Creative Class" by Richard Florida is a seminal book that explores the concept of the creative class and its impact on various aspects of society. Published in 2002, this book has been influential in shaping discussions about the role of creativity and innovation in economic development. Florida argues that the creative class, consisting of knowledge workers, artists, designers, and other creative professionals, is a key driver of economic growth and urban revitalization in the 21st century. It offers valuable insights and has sparked significant discussions and debates in the field of urban and economic studies. The book delves into the factors that attract creative people, such as the presence of a diverse and tolerant community, quality of life, and access to cultural amenities.

2. Howkins, J., 2009. Creative ecologies: where thinking is a proper job. Triarchy Press.

"Creative Ecologies: Where Thinking Is a Proper Job" by John Howkins is a thought-provoking book that explores the concept of creativity in the context of the modern economy. Published in 2013, it offers a fresh perspective on the role of creativity and its potential impact on various industries and society as a whole. The book explores the evolving nature of work and the increasing importance of creativity in the knowledge economy. One of the book's strengths is its exploration of the relationship between creativity, collaboration, and sustainability. Howkins emphasizes the need for a more holistic approach to creativity that considers environmental, social, and economic factors.

Overall, "Creative Ecologies: Where Thinking Is a Proper Job" encourages readers to embrace creativity as a vital resource and explores how it can contribute to a more sustainable and innovative society.

3. Florida, R. (2017). The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class - and What We Can Do About It.

The book is a thought-provoking and timely exploration of the challenges facing contemporary cities. Published in 2017, the book delves into the complex issues of inequality, segregation, and the decline of the middle class within urban environments. Florida examines how cities, which were once seen as beacons of opportunity and economic growth, have experienced a new set of challenges that exacerbate existing social and economic disparities. The book discusses the rise of what Florida terms the "winner-take-all urbanism," where a small segment of highly skilled and wealthy individuals reap the benefits of urban growth, while others, particularly the middle class, struggle to keep up. Florida explores the reasons behind this phenomenon, including the concentration of high-paying jobs in specific industries, escalating housing costs, and the displacement of lower-income residents. "The New Urban Crisis" also delves into the importance of inclusive urbanism, advocating for policies and strategies that promote economic mobility, affordable housing, and social integration.

4. Scott, A. J. (2017). Cultural products, creativity, and innovation. In The Routledge Companion to the Geography of International Business (pp. 344-362). Routledge

In this chapter, Scott explores the relationship between cultural products, creativity, and innovation within the context of international business. The author focuses on how cultural products, such as films, music, literature, and design, contribute to economic development and global trade. Scott discusses how creative industries and cultural entrepreneurs drive economic growth and shape urban landscapes. Here the author emphasizes the importance of cultural products as a form of intellectual property

and a means to generate economic value.. The chapter highlights the significance of local contexts, cultural clusters, and agglomerations in fostering creativity and innovation. The author also discusses the challenges and opportunities that arise from the globalization of cultural products and the influence of cultural diversity on creative industries.

5. O'Connor, J. (2017). The cultural and creative industries: A review of the literature. *International Journal of Cultural Policy*, 23(4), 446-465

In this article, O'Connor conducts a review of the literature on cultural and creative industries. The author aims to synthesize and analyze key concepts, theories, and debates within this field of study. The article explores various dimensions of cultural and creative industries, including their definition, economic significance, policy implications, and social impact. O'Connor provides an overview of how scholars and policymakers have approached this field, highlighting the diverse range of sectors and activities that fall under the umbrella of cultural and creative industries. The review then delves into the economic aspects of cultural and creative industries. Furthermore, the article addresses policy considerations and government interventions in cultural and creative industries.

The article "The cultural and creative industries: A review of the literature" provides a comprehensive and insightful overview of the field. It synthesizes key concepts, debates, and empirical research related to cultural and creative industries, making it a valuable resource for scholars, policymakers, and practitioners in this field.

6. Landry, C., & Bianchini, F. (1998). The art of regeneration: Urban renewal through cultural activity. *Comedia*

The book emphasizes the transformative potential of cultural activities in urban renewal. Landry and Bianchini argue that cultural projects and initiatives have the ability to not only enhance the physical environment but also promote social cohesion, economic growth, and community engagement. The authors present case studies and examples of successful cultural regeneration projects from various cities around the

world. They highlight the different strategies and approaches used to integrate culture into urban development processes, showcasing the positive outcomes and impact on the local communities. Also, Landry and Bianchini explore the challenges and complexities associated with cultural regeneration efforts. They discuss issues such as gentrification, community participation, funding mechanisms, and the tensions between creativity and commercialization.

7. Pratt, A. C., & Jeffcutt, P. (2009). Creativity, innovation and the cultural economy

The article highlights the role of creativity as a driving force within the cultural economy. Pratt and Jeffcutt discuss how creative individuals and organizations generate new ideas, cultural products, and artistic expressions. They emphasize that creativity is not confined to the arts alone but is present in various sectors of the cultural economy. Furthermore, the authors explore the interplay between creativity and innovation. They discuss how creativity serves as a foundation for innovation, leading to the development of new products, services, and business models within the cultural economy. Pratt and Jeffcutt also highlight the importance of networks, collaboration, and knowledge sharing in fostering innovation within this sector. The article provides examples and case studies to illustrate the connection between creativity, innovation, and the cultural economy. It discusses the dynamics of creative cities, cultural clusters, and creative industries, emphasizing their contribution to economic and social transformation.

8. Review: Florida, R., 2005. Cities and the Creative Class

In this book, Richard Florida introduces the concept of the "creative class" and its significance in shaping the economic and social dynamics of cities. The author emphasizes the role of creativity, talent, and innovation in driving economic growth and urban development. He suggests that cities that are able to attract and retain members of the creative class will benefit from

The book explores various dimensions of the creative class phenomenon, including its composition, preferences, and impacts on urban environments. Florida

discusses the importance of factors such as tolerance, diversity, and quality of life in attracting creative individuals to cities. Moreover, the author presents case studies and examples of cities that have successfully embraced the creative class and reaped the benefits of their contributions. Florida argues that cities need to prioritize investments in infrastructure, education, and amenities that cater to the needs and aspirations of the creative class. increased economic competitiveness, entrepreneurship, and cultural vitality.

9. Otis College Report on the Creative Economy (2023)

The Otis College Report on the Creative Economy, commissioned annually by Otis College of Art and Design since 2007 focuses on the ways in which California's creative industries form an essential part of its overall economy. The report highlights five creative industries and eight regional snapshots with a spotlight on Los Angeles. The Otis College Report is an invaluable tool to assess the tremendous impact and influence of the creative sector on the state and regional economy. The 2023 Otis College Report on the Creative Economy is a continuation of a long-term research initiative initiated in 2007. The objective of this project is to gain a deeper comprehension of the creative economy in California, particularly in Los Angeles County, by examining its scale, growth, structure, and characteristics. The report examines various aspects of the creative industry, such as employment and wages, to offer a comprehensive analysis of the economic influence of the creative economy on both California as a whole and specific regions within the state.

10. United Nations Conference on Trade And Development (UNCTAD). Creative industry 4.0 towards a new globalized creative economy. Author: Hubert Escaith, former Chief Statistician at the World Trade Organization (WTO)/

This report examines the impact of the rapid advancements in automated technology and advanced internet communication, known as Industry 4.0, on the Creative Economy. It is acknowledged that the Creative Economy currently contributes around 3 percent to global gross domestic product, which aligns with its contribution to

world trade. However, with the advent of digitalization and advanced technologies associated with Creative Industry 4.0, this contribution is expected to grow even further. The report identifies several significant observations, particularly relevant to sustainable and inclusive development, especially in small developing countries. Firstly, Creative Industry 4.0 has the potential to accelerate technology transfer. Secondly, the limitations posed by the size of domestic markets in developing products can be overcome. Thirdly, new opportunities for niche markets are emerging.

Another crucial observation is that while the availability of appropriate technology is important, it is equally essential to ensure access to this technology for all stakeholders. The report emphasizes a range of policy options aimed at leveraging the potential of Creative Industry 4.0 for both economic and social development.

Annotation

Chernenko O.V. "Creative economic in developed countries". Manuscript. Qualifying bachelor's thesis on specialty 292 "International economic relations", 2023.

The work analyzes the theoretical bases and principles of the concept of "creative economy", as well as its role in the strategic development of the countries of the world. The author made an attempt to reveal the features of the creative economy at the global and national levels for a more detailed understanding of the differences.

An important work was carried out by the author for the study of the development of the creative economy in developed countries, a detailed study of the economic indicators of the development of this phenomenon in the studied countries. The author defined the role of creative industries in the strategic development of the countries of the world.

A separate part of the paper is devoted to the features of the current state and development of the creative economy in Ukraine. The author conducts a study of indicators to compare the level of development in Ukraine and other countries of the world.

After conducting this research, the author came to the conclusion that the creative economy in the modern world plays a strategic role in the development of the country and affects the level of its competitiveness. It was concluded that to date little effort has been made in Ukraine to improve the conditions for the development of creative industries.

Based on the work, the author formulated recommendations for the introduction of the creative economy in Ukraine, based on the opportunities and the current economic situation of the country. Particular attention was paid to the identification of advantages, disadvantages, opportunities and threats to the development of the creative economy in Ukraine in order to build the most effective strategy for the implementation of the creative economy in Ukraine.

Key words: creative economy, creative industries, creative and cultural industries, innovative industry, new economy

Year: 2023

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



Ім'я користувача:
Міжнародного менеджменту Олійник Вікторія

ID перевірки:
1015554760

Дата перевірки:
12.06.2023 10:06:24 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
12.06.2023 10:09:13 EEST

ID користувача:
100005721

Назва документа: Черненко О.В.Креативна економіка в розвинених країнах

Кількість сторінок: 64 Кількість слів: 13876 Кількість символів: 109650 Розмір файлу: 1.43 MB ID файлу: 1015206761

12% Схожість

Найбільша схожість: 2.01% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1008201974)

5.19% Джерела з Інтернету

293

Сторінка 66

10.4% Джерела з Бібліотеки

649

Сторінка 69

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

2