

## АНАЛІЗ КРИТИЧНИХ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ – 2030

©2021 ЛИЧКОВСЬКА М. Р.

УДК 338.22.021.2  
JEL: O38; P11; P17

### Личковська М. Р. Аналіз критичних чинників впливу на реалізацію Національної економічної стратегії – 2030

Метою статті є узагальнення сутнісного наповнення поняття «креативність» у розрізі складових, що його формують; проведення аналізу основних факторів впливу на них; визначення тенденцій та особливостей прояву непродуктивного типу креативності на тлі розвитку кризи довіри та їх руйнівного впливу на економіку країни; обґрунтування важливості привертання уваги до цих проблем при формуванні основних завдань державної політики щодо ефективної реалізації Стратегії-2030. У статті узагальнено підходи до трактування поняття «креативність». Виділено чотири її види: технологічна (винахідливість); економічна (підприємливість), а також мистецька та культурна креативність. Підкреслено, що різні види креативності не слід розглядати як несумісні; навпаки, вони мають надихати одна одну, а взаємодія між ними створює важливий синергійний ефект. Аргументовано, що факторами, які поєднують різні види креативності, є інноваційність, підприємці та підприємницькі здібності. Обґрунтовано, що саме креативність, у всіх формах її прояву, інноваційність і підприємливість повинні стати наскрізними якостями, що поєднують всі 20 напрямів Стратегії. Саме вони мають бути враховані у визначенні стратегічних цілей, шляхів їх досягнення та в завданнях державної економічної політики. Підкреслено, для того, щоб ці фактори з інноваційного потенціалу перетворилися в ресурс розвитку, необхідним елементом є мотивація. Визначено, що мотивація може породжувати два типи прояву креативності – продуктивний і непродуктивний. Доведено, що непродуктивна креативність гальмує соціально-економічний розвиток, або навіть руйнує його. Виділено та проаналізовано основні тенденції, види та особливості прояву непродуктивного типу креативності в різних стейкхолдерів в умовах розвитку «кризи довіри». На основі аналізу сучасного стану рівня довіри до соціальних інституцій встановлено, що він є дуже низьким. Підкреслено, за таких умов «криза довіри», як і раніше, буде мотивувати та провокувати розвиток непродуктивного типу креативності в усіх його формах і може стати мультиплікатором розвитку негативних соціально-економічних подій, що зроблять реалізацію Національної економічної стратегії дуже проблематичною.

**Ключові слова:** креативність, кмітливість, продуктивна креативність, непродуктивна креативність, кризове мислення, криза довіри.

**DOI:** <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-6-13>

**Табл.:** 1. **Бібл.:** 17.

**Личковська Марина Рейнгольдівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри політичних наук і права, Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського (вул. Старопортофранківська, 26, Одеса, 65020, Україна)

**E-mail:** lichkovskayam@gmail.com

UDC 338.22.021.2  
JEL: O38; P11; P17

### Lychkovska M. R. Analyzing the Critical Factors of Influence on the Implementation of the National Economic Strategy – 2030

The article is aimed at generalizing the essential content of the concept of «creativity» in the context of the components that comprise it; analyzing the main factors influencing them; identifying tendencies and particularities of the manifestation of an unproductive type of creativity against the background of the development of the crisis of trust and their devastating impact on the country's economy; substantiating the importance of drawing attention to these problems in forming the main tasks of the State policy on the effective implementation of the Strategy–2030. The article generalizes approaches to the interpretation of the concept of «creativity». Four of its types are allocated: technological (inventiveness); economic (entrepreneurship), as well as artistic and cultural creativity. It is underlined that different types of creativity should not be considered incompatible; on the contrary, they should inspire each other, and the interaction between them creates an important synergistic effect. It is argued that the factors that combine different types of creativity are innovation, entrepreneurs and entrepreneurial abilities. It is substantiated that creativity, in all forms of its manifestation, innovativeness and entrepreneurship should become end-to-end qualities that will combine all 20 directions of the Strategy. Precisely these factors should be taken into account in determining strategic goals, ways to achieve them and in the tasks of the State economic policy. It is emphasized that in order for these factors to be turned from innovation potential into a resource of development, the necessary element is motivation. It is defined that motivation can generate two types of creativity – productive and unproductive. It is proved that unproductive creativity inhibits socio-economic development, or even destroys it. The main tendencies, types and features of the manifestation of unproductive type of creativity in different stakeholders in the context of the «crisis of trust» are allocated and analyzed. Based on the analysis of the current state of trust in social institutions, it is determined that it is very low. It is underlined that under such conditions, the «crisis of trust» will continue to motivate and provoke the development of an unproductive type of creativity in all its forms and can become a multiplier for the development of negative socio-economic events that will make the implementation of the National Economic Strategy very problematic.

**Keywords:** creativity, ingenuity, productive creativity, unproductive creativity, crisis thinking, crisis of trust.

**Tabl.:** 1. **Bibl.:** 17.

**Lychkovska Maryna R.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Political Science and Law, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky (26 Staroportofrankivka Str., Odesa, 65020, Ukraine)

**E-mail:** lichkovskayam@gmail.com

Сучасний світ регулярно підкидає нам нові виклики. Становлення нового технологічного укладу і без того обіцяло бути дуже непростим, а коронавірус став тригером, тобто «спусковим

гачком», що спровокував події, які можуть мати ряд непередбачуваних економічних (а, можливо, і політичних) наслідків для Європи та всього світу. Як «лакмусовий папірець» пандемія COVID-19 виявила

всі проблеми соціально-економічного розвитку навіть у найрозвинутіших країнах світу. Україна, зрозуміло, не залишилася осторонь.

Щоб мати уявлення про масштаби проблем, за ініціативою Президента України та Прем'єр-міністра України наприкінці 2020 р. було проведено комплексний аудит національної економіки України. Результати аудиту дали змогу визначити рівень соціально-економічного розвитку України на сьогодні та можливості для зростання в майбутньому [1]. Констатовано, що, незважаючи на значні стартові можливості та ресурси після розпаду СРСР і здобуття незалежності, внаслідок проведення непослідовної та суперечливої політики, в умовах послідовних політичних економічних криз і незавершеності реформ протягом багатьох років, Україна, на відміну від інших постсоціалістичних країн, не змогла створити ефективно функціонуючу ринкову економіку [1; 2].

**Н**аступне десятиліття ставить Україну перед вибором. Досягти відновлення та перевершення докризового рівня розвитку економіки та якості життя населення; зменшити диспаритет у цих показниках з країнами ЄС; сформувати достатній ресурс для трансформацій, які детермінують відповідний статус національної економіки у глобальному конкурентному середовищі, – або «розчинитися» як нації під впливом активніших глобальних потуг, готових поглинути вітчизняні природні та людські ресурси. Тобто, спроможність підготувати економіку та суспільство до майбутніх змін і досягти стійкості в умовах глобальної турбулентності для України є питанням збереження суверенітету та виживання нації. Виклик полягає у спроможності вирватися з «пастки» нинішньої моделі економіки [1; 2]. На основі проведеного аудиту в досить стислі терміни була розроблена та затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179 «Національна економічна стратегія на період до 2030 року» (далі – Стратегія). Ця Стратегія визначає параметри нової інноваційно-інвестиційної моделі соціально-економічного розвитку України: довгострокову економічну візію, місію, мету, принципи та цінності, «червоні лінії» (неприпустимі напрями руху), ключові напрями (вектори) економічного розвитку та за кожним з 20 напрямів – стратегічні цілі, шляхи їх досягнення з урахуванням наявних і потенційних викликів і бар'єрів, а також основні завдання державної економічної політики та цільові індикатори на період до 2030 р. [1]. Стратегія передбачає поетапне досягнення мети, і першочерговим етапом визначено формування конкурентоспроможних умов для бізнесу та інвестицій, а також відновлення довіри до державних інститутів. Це дасть змогу, на думку розробників, перемогти в конкуренції за капітал на світовому ринку та, як результат, – залучити інвестиції для модернізації секторів економіки [1].

Але попри всі визначні якості Стратегії, на наш погляд, у ній недостатньо враховані та прописані саме механізми інноваційного (креативного) розвитку та відновлення довіри до державних інститутів. Між тим, ті випробування, що випали на долю України, засвідчують, що серед багатьох перешкод в економічному, соціальному, інноваційному розвитку окрему і дуже важливу роль відіграє саме дефіцит довіри в суспільстві. Недооцінка умов формування довіри може призводити до уповільнення економічного розвитку, зростання конфліктності, надання інноваційності специфічних форм прояву і навіть до того, що найгарніша програма розвитку залишиться лише папірцем.

Питанням соціально-економічного розвитку та пошуку доцільної соціально-економічної моделі для України присвятили свої праці багато українських науковців, таких як В. Базилевич, А. Гальчинський, В. Геєць, О. Герасименко, О. Грішнова, В. Дружиніна, А. Колот, Е. Лібанова, Є. Панченко, М. Семикіна та інші. В їх дослідженнях поняттям креативності та довіри приділено значну увагу.

Незважаючи на значні наукові здобутки, отримані вченими в даній сфері, ступінь наукової розробленості теми довіри все ще характеризується теоретичною фрагментарністю; більшість досліджень присвячена довірі як соціальному, а не економічному феномену; недостатньо досліджено вплив інституту довіри на креативність, розвиток економіки, ефективність державного управління.

*Метою* статті є узагальнення сутнісного наповнення поняття «креативність» у розрізі складових, що його формують; проведення аналізу основних факторів впливу на них; визначення тенденцій та особливостей прояву непродуктивного типу креативності на тлі розвитку кризи довіри та їх руйнівного впливу на економіку країни; обґрунтування важливості привертання уваги до цих проблем при формуванні основних завдань державної політики щодо ефективної реалізації Стратегії-2030.

**Я**к відомо, 3 березня 2021 р. Кабмін затвердив «Національну економічну стратегію на період до 2030 року». У своїй презентації цього документа прем'єр-міністр Денис Шмигаль зазначив, що Національна економічна стратегія-2030 – це амбітна візія України в майбутнє та дорожня карта, що змінить країну. Це комплексний документ, який має привести України до клубу розвинених та успішних держав [3]. І хоча метою Стратегії є створення можливостей для українців як громадян, українців як підприємців та інвесторів, а серед орієнтирів визначено розвиток підприємництва, інновацій і талантів, що повинно стати, на думку розробників, основою інноваційно-інвестиційного розвитку держави в економічній сфері та викликати суспільну підтримку [1], існують деякі проблеми з визначеннями. Так, на-

приклад, креативні індустрії та індустрія гостинності – не тотожні поняття. Креативні індустрії – це не туризм, дозвілля та розваги. Хоча візією напрямку 17 визначено, що «Україна – найкраще місце для реалізації підприємницького потенціалу та втілення ідей» [1], підприємництво, по суті, зводиться до підприємницької культури (культури ведення бізнесу) та компетенцій (вміння це робити). Подібне бачення креативності та підприємливості призводить до помилок у визначенні стратегічних цілей, викликів і бар'єрів на шляху їх досягнення. Що, своєю чергою, є причиною розробки невірної курсу щодо їх реалізації. Подібні помилки є дуже не зрозумілими, враховуючи кількість учасників, що були задіяні в розробці Стратегії, а також той факт, що поняття «креативність», «креативна економіка», «інновації» та «підприємництво» є трендами розвитку світової економіки з кінця ХХ сторіччя. Їх дослідженню присвятили свої праці багато зарубіжних і вітчизняних учених.

**Н**езважаючи на цікавість, значущість цих питань, їх дослідження не є метою нашої роботи. У нашому дослідженні ми за основу беремо визначення креативності, зроблене Річардом Флоридою, який зазначає, що креативність – це вміння синтезувати, комбінувати та поєднувати існуючі знання, підходи та різного роду надбання, тим самим створюючи змістовно нові форми. Креативність, за словами Р. Флориди, є багатовимірною, тобто існують різноманітні види креативності, а саме: технологічна креативність (винахідливість), економічна креативність (підприємливість), а також мистецька та культурна креативність [4, с. 39–43]. Слід зазначити, що креативність проявляється й на побутовому рівні як кмітливість – здатність досягати мети, знаходити вихід зі, задавалося б, безвихідної ситуації, використовуючи предмети й обставини незвичайним чином. Тобто, кмітливість – це нетривіальне та дотепне вирішення проблеми, причому, як правило, мізерними та неспеціалізованими інструментами або ресурсами, що саме для української дійсності є надзвичайно актуальним у матеріальному плані [5].

Різні види креативності не треба розглядати як несумісні; навпаки, вони мають надихати одна одну. А взаємодія між ними створює важливий синергійний ефект.

Ми повністю погоджуємося з тим, що, незважаючи на розбіжності в поглядах науковців на проблему креативності та її види, майже всі вони пов'язують цей феномен, по-перше, зі здатністю людини продуктивно діяти в ситуаціях новизни та невизначеності (при дефіциті інформації та відсутності чітких алгоритмів дій, які гарантовано ведуть до позитивного результату), а по-друге, – з можливістю створювати нові та оригінальні ідеї [5].

Результатом прояву будь-якого виду креативності є новації. Й. Шумпетер розрізняє п'ять харак-

терних випадків нових комбінацій (новацій): виробництво нового продукту; виробництво відомого продукту з новими властивостями або використання його в нових напрямках; залучення нових джерел сировини та напівфабрикатів незалежно від того, чи існували раніше ці джерела, чи ні; освоєння нового ринку збуту; введення нових організаційних та інституціональних форм (організаційна перебудова). Хоча ці комбінації різні за своєю сутністю, але мають в основі спільне – елемент новизни. Саме новизну Й. Шумпетер вважав вирішальним критерієм у визначенні нововведення [6; 7]. Однак не кожне нововведення є інновацією, а лише таке, що комерціалізується та приносить дохід [6]. Інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [8].

**Ц**ентральним ланцюгом інновації Й. Шумпетер вважав підприємця: інновація – дитина підприємництва, а підприємець – творець інновації. Він стверджував, що підприємець – це новатор, який долає інерцію, здійснює зміни, що відкривають нові можливості (товарів, ресурсної бази, засобів виробництва, джерел фінансування тощо). Тобто саме підприємці, змінюючи та вдосконалюючи комбінацію факторів виробництва, спрямовують їх до нової комбінації, яка має забезпечити зростання прибутку.

Підприємці, на думку Й. Шумпетера, є носіями особливої функції, особливого дару – підприємливості. Слід зазначити, що економічна функція підприємливості є дискретною (вона виконується доти, поки нова комбінація не перетвориться на рутину) і не закріплена навечно за визначеним носієм, адже відповідні якості та навички можуть бути втрачені. Підприємець працює, не знаючи спокою, тому, що не може інакше, сама підприємницька інновація з'являється у відповідь на його внутрішні потреби. Мета його життя полягає не в тому, щоб отримувати насолоду від досягнутого. Підприємницькими мотивами, на думку Й. Шумпетера, є потреба в пануванні, владі, впливові, прагнення перемоги, успіху в боротьбі із суперником та із самим собою, радість творчості, яку дає самостійне ведення справ [6; 7].

Підприємництво не є професією, не становить стійкий суспільний клас. Підприємець не обов'язково має право власності на майно, він не винахідник, а людина, яка економічно реалізовує винахід; разом із тим, своїм новаторським характером функція підприємця відрізняється від рутинних функцій менеджера. Підприємець, за Й. Шумпетером, не є втіленням неокласичної моделі «раціональної економічної людини», яка до дрібниць підраховує витрати і прибутки; ним керує прагнення діяльності та прагнення до перемоги. Бути підприємцем, таким чином, означає робити не те, що роблять інші, та робити не так, як



роблять інші. А це означає відхід від звичного «руху за течією», означає бути творчим, креативним [6; 7]. У найзагальніших рисах, на наш погляд, підприємливість можна порівняти з практичною кмітливістю.

Таким чином, факторами, що поєднують різні види креативності, на нашу думку, є інноваційність, підприємці та підприємницькі здібності.

Саме креативність, у всіх формах її прояву, інноваційність і підприємливість повинні стати наскрізними якостями що поєднують всі 20 напрямів Стратегії. Саме вони мають бути враховані у визначенні стратегічних цілей, шляхів їх досягнення та завданнях державної економічної політики. Тому що сьогодні розвинуті країни саме «креативну економіку» вважають новою та перспективною моделлю економічного зростання, а головною її стратегією – створення інноваційного (креативного) середовища її розбудови на всіх економічних рівнях.

**О**сновою креативної економіки є креативні індустрії – сукупність галузей економіки, в основі діяльності яких лежить індивідуальне творче начало, основним інструментом створення вартості є використання творчих здібностей, а продуктом – інтелектуальна власність [9]. Ці індустрії використовують високі технології та здійснюють широкий спектр різних видів підприємницької діяльності. У звіті ООН, опублікованому ще у 2008 р., було зазначено, що саме взаємодія між творчістю, культурою, економікою та технологіями, що виражається у здатності створювати та поширювати інтелектуальний капітал, має потенціал генерувати дохід, робочі місця та експортну продукцію, водночас сприяючи соціальному включенню, культурному розмаїттю та людському розвитку [10; 11].

Але щоб інноваційність, підприємці та підприємницькі здібності з потенційних можливостей (інноваційного потенціалу) перетворилися в ресурс розвитку, необхідним є ще один елемент – мотивація. Мотивація безпосередньо впливає на креативність. Мотивація, що формується під впливом зовнішнього середовища, може породжувати, з точки зору держави та підприємця, два типи прояву креативності – продуктивний і непродуктивний [12]. Продуктивний – базується на позитивній мотивації стейкхолдерів і проявляється у вигляді підвищення потреб у самореалізації, активізації трудового процесу, приросту знань, умінь, розробки нових ідей, конструкцій тощо [12]. Продуктивна креативність є рушійною силою соціально-економічного розвитку. Непродуктивний – проявляється при впливі негативної мотивації у вигляді прагнення стейкхолдерів зберегти поточний рівень потреб, компенсувати негативний вплив за допомогою різного роду порушень. Для українських чиновників, партійних функціонерів і лідерів громадських рухів – це використання адміністративного ресурсу у власних цілях. Для підприємців – це вивіз капіталу

за кордон, ухилення від податків, делегалізація бізнесу, порушення стандартів тощо. Для працівників – це порушення режиму роботи, крадіжки, ухилення від виконання завдань, безініціативність тощо. Необхідно констатувати, що креативність і винахідливість українців у цьому напрямку не має меж. Зрозуміло, що непродуктивна креативність гальмує соціально-економічний розвиток, або навіть руйнує його.

Між тим, у рамках моделі соціально-економічного розвитку, що склалася, значна частина населення не бачить власного майбутнього, а бізнес не зацікавлений у легальній стратегічно орієнтованій діяльності на національних теренах. Це викликає переорієнтацію людей на поточне виживання, відчуження від інтересів та цілей розвитку держави [2]. Крім того, неналагодженість взаємодії суб'єктів економіки спрямовує кожного з них на власні моделі поведінки, які нерідко орієнтовані на перерозподіл, а не створення багатства, в яких переважає ситуативна мотивація швидкого виграшу замість стратегічних орієнтацій на розвиток [2]. Тобто все більше поширюються непродуктивний тип креативності, і значна частина стейкхолдерів вже здобула або здобуває для себе комфортні стратегії виживання, у перспективі не пов'язані з Україною та її розвитком. На думку дослідників, і ми повністю з ними погоджуємось, у цих умовах держава практично позбавлена спроможності послідовно реалізовувати стратегію реформ і розвитку. Сподівання на «диво-стратегію» для України розбиваються об загальну кризу відповідальності, кризу довіри, кризу перспективи, кризу майбутнього [2].

**Н**а наш погляд, саме криза довіри, що породжує стихійну адаптацію стейкхолдерів до жорстких соціально-економічних реалій, сформувавши «кризове мислення», є причиною кризи відповідальності, кризи перспективи та кризи майбутнього.

Слід зазначити, що вагомість довіри в глобальному економічному розвитку неодноразово обговорювалася різними міжнародними організаціями: Європейською та Американською економічними асоціаціями (які є професійними спільнотами економістів), Світовим банком, ООН, ОЕСР тощо. На Всесвітньому економічному форумі (далі – ВЕФ) довіра щонайменше тричі була основною темою наукових дискусій («Створення мережевого суспільства» (1997 р.), «Формування довіри» (2003 р.), «Спільні норми для нової реальності» (2011 р.)), а також є ключовим поняттям майже всіх доповідей ВЕФ XXI ст. [13, с. 3].

Як зазначають науковці, чимало економічних явищ пов'язано з довірою: вибір, економічна поведінка, економічний розвиток, кризи тощо [13, с. 3]. Так Дж. Акерлоф і Р. Шиллер стверджують, що «з часу створення США будь-які економічні погіршення пов'язують з утратою довіри» [14, с. 34]. Глобальну рецесію 2008 р. вони теж ідентифікували як кризу до-

віри. На думку Дж. Акерлофа, саме зниження рівня довіри спричинило суттєве скорочення сукупного виробництва та зумовило зростання безробіття у глобальній економіці. У зв'язку з цим він запропонував увести в науковий обіг економічну категорію «мультиплікатор довіри» [13; 14]. Науковець стверджував, що мультиплікативність довіри проявляється в тому, що зміна рівня довіри зумовлює зміну доходів, а це, своєю чергою, впливає на виробництво, витрати, доходи та довіру в наступних колах кругообігу. Таким чином, довіра є передумовою, фактором, а також наслідком економічного розвитку [13; 14].

Таким чином, питання довіри до державних і суспільних інституцій та держави загалом є дуже важливим для України. Це пояснюється тим, що довіра одночасно виступає і як умова, і як результат їх функціонування.

**Н**айбільш поширеним методом, що дає змогу охарактеризувати довіру на мікро- та макrorівні, є соціологічне опитування. Проаналізуємо динаміку окремих показників рівня довіри до соціальних інституцій за 2019–2021 рр. (табл. 1).

Для порівняння наводяться дані опитувань, проведених у різні роки соціологічною службою Центру Разумкова. Дослідження, що проведене в лютому 2019 р. напередодні виборів Президента України, по-

казало край низький рівень довіри громадян до всіх державних інституцій, крім Збройних сил України (61,6%). Серед суспільних інституцій недовіра висловлюється лише до політичних партій (12,3%) та профспілок (23,1%) [15].

Віддзеркалюванням сподівань громадян щодо нової влади є рівень довіри до Президента України В. Зеленського. Найвищим він був у вересні 2019 р. – тоді йому довіряли 79% громадян, не довіряли – лише 13,5%, але в лютому 2020 р. він декілька знизився – відповідно 51,5% і 40,6%, а у березні 2021 р. уже склав відповідно 32,4% і 61,5%, тобто став від'ємним. Така ж динаміка спостерігається і щодо решти державних інституцій, хоча баланс довіри-недовіри в них залишався негативним, але значно покращився у грудні 2020 р. і знов погіршився до березня 2021 р. Винятком є лише Збройні сили України, рівень довіри до яких постійно зростає і в березні 2021 р. склав 70,0%. На тлі зростання недовіри до державних інституцій дещо змінюється й довіра до суспільних інституцій – від'ємною стає довіра до ЗМІ України [15–17].

Показовою є й оцінка дій влади, що висвітлена в опитуванні, проведеному в лютому 2020 р. Частка громадян, які відповіли, що дії нової влади виправдали їх сподівання, порівняно з жовтнем 2019 р. зменшилася з 23% до 13%; незмінною (5%) залишилася частка тих, хто відповідає, що дії нової влади ви-

Таблиця 1

Довіра до соціальних інституцій, % опитаних

Інституція	Лютий 2019 р.			Лютий 2020 р.			Березень 2021 р.		
	Не довіряю	Довіряю	Баланс довіри-недовіри*	Не довіряю	Довіряю	Баланс довіри-недовіри*	Не довіряю	Довіряю	Баланс довіри-недовіри*
Президент України	70,9	23,4	<b>-47,5</b>	40,6	51,5	<b>10,9</b>	61,5	32,4	<b>-29,1</b>
Верховна Рада України	82,0	12,7	<b>-69,3</b>	65,0	27,9	<b>-37,1</b>	77,5	17,1	<b>-60,4</b>
Уряд України	75,3	16,5	<b>-58,8</b>	64,5	28,0	<b>-36,5</b>	75,8	18,3	<b>-57,5</b>
Державний апарат (чиновники)	82,9	9,1	<b>-73,8</b>	77,3	16,2	<b>-61,1</b>	79,7	13,0	<b>-66,7</b>
Збройні сили України	29,9	61,6	<b>31,7</b>	24,5	68,6	<b>44,1</b>	24,1	70,0	<b>45,9</b>
Національна поліція	51,2	37,8	<b>13,4</b>	44,3	43,7	<b>-0,6</b>	50,0	41,2	<b>-8,8</b>
Суди (судова система в цілому)	77,7	11,4	<b>-66,3</b>	75,6	13,2	<b>-62,4</b>	78,8	12,4	<b>-66,4</b>
ЗМІ України	43,2	49,0	<b>5,8</b>	40,2	52,5	<b>12,3</b>	46,9	44,7	<b>-2,2</b>
Профспілки	57,5	23,1	<b>-34,4</b>	51,0	28,3	<b>-22,7</b>	49,9	26,7	<b>-23,2</b>
Політичні партії	76,8	12,3	<b>-64,5</b>	69,9	16,7	<b>-53,2</b>	71,3	17,9	<b>-53,4</b>
Громадські організації	41,9	44,9	<b>3,0</b>	39,5	46,5	<b>7,0</b>	33,0	53,2	<b>20,2</b>
Церква	27,9	60,6	<b>32,7</b>	28,0	62,5	<b>34,5</b>	24,1	63,9	<b>39,8</b>
Волонтерські організації	23,1	67,0	<b>43,9</b>	28,4	59,9	<b>31,5</b>	24,3	65,1	<b>40,8</b>

Примітка: \* – різниця між частками тих, хто довіряє, і тих, хто не довіряє.

Джерело: побудовано за даними [15–17].

явилися кращими, ніж вони очікували; з 9% до 20% зросла частка тих, хто заявив, що нова влада не виправдала їх сподівань; з 12% до 19% зросла частка тих, хто відповів, що від нової влади вони нічого доброго не очікували, так і сталося; з 6% до 13% – що вони від нової влади нічого доброго не очікували, але вона виявилася ще гіршою, ніж вони думали. Із 40% до 25% зменшилася частка тих, хто дотримується думки, що ще занадто рано давати оцінку діям влади [16].

Крім того, якщо протягом жовтня-грудня 2019 р. відносна більшість громадян вважала, що нинішня влада краща, ніж попередня (48% у жовтні та 43% у грудні), то за даними опитування в лютому 2020 р., частка таких зменшилася до 30%, а частка тих, хто вважає, що вона нічим суттєво не відрізняється від попередньої, зросла до 39% (у жовтні вона становила 27%, у грудні – 34%). Також зросла частка тих, хто вважає, що вона гірша за попередню (зараз вона становить 20%, тоді як у жовтні – 8%, у грудні – 13%) [16].

У березні 2021 р., коли була затверджена Стратегія, лише 18% громадян вважали, що події в Україні розвиваються у правильному напрямі, 66% дотримувались думки, що події розвиваються в неправильному напрямі, 68% оцінили економічну ситуацію в країні як «дуже погану» або «досить погану». Крім того, громадяни не надто вірять у швидкі позитивні зміни в економічній сфері: лише 9% вважають, що в найближчі 3 місяці економічне становище країни зміниться на краще, 19% вважають, що Україна здатна подолати існуючі проблеми та труднощі протягом найближчих кількох років, 50,5% – що вона здатна їх подолати в більш віддаленій перспективі, а 19% – що взагалі не здатна їх подолати [17].

Таким чином, рівень довіри громадян до всіх державних і деяких важливих суспільних інституцій є дуже низьким, що не відповідає критеріям розвинених демократичних країн. «Криза довіри», як і раніше, буде мотивувати та провокувати розвиток непродуктивного типу креативності в усіх його формах. Вона може стати мультиплікатором розвитку негативних соціально-економічних подій, що зроблять реалізацію Стратегії дуже проблематичною.

## ВИСНОВКИ

Розроблену Стратегію можна вважати важним комплексним документом створення умов інноваційно-інвестиційного розвитку України. Але ще раз звернемося до аналітичних матеріалів Національного інституту стратегічних досліджень, з висновками яких ми повністю погоджуємося: в умовах інституційно слабкої країни, якою є Україна, сподівання лише на «політичну волю» до змін, навіть за наявності потужного політичного лідерства, – ілюзорні [2]. Щоб подолати складнощі та реалізувати Стратегію-2030 українським посадовцям і чиновникам усіх рангів необхідно навчитися слухати та чути свій народ. Не

намагатися «навчити його життю», проводячи реформи «зверху». Кожен крок розробки Стратегії та її реалізації повинен обговорюватися з народом і широко популяризуватися. Тільки на основі інклюзивності, тобто участі всіх членів спільноти у створенні та отриманні результату, буде подолано кризу недовіри, народиться відчуття відповідальності за свої дії та результат, що стане запорукою згуртованості країни, поступу в напрямі створення найпривабливішої країни економічних можливостей для інвестицій, інновацій, ведення бізнесу; найкращого місця для життя та реалізації творчого потенціалу, втілення ідей і власного розвитку [1].

Для інклюзивності недостатньо проводити моніторинг стану виконання Стратегії на єдиному вебпорталі електронного урядування [1]. Тому що, як визначено в тій самій Стратегії, Україна має один із найнижчих рівнів покриття швидкісним мобільним Інтернетом – лише 66%, слабку комп'ютеризацію в сільській місцевості, лише 53% громадян, що володіють тільки «базовим рівнем» цифрових навичок, причому у віковій групі 60–70 років таких людей майже 85 відсотків [1]. Необхідно створення повноцінного інформаційного поля взаємодії, в якому буде забезпечена вільна циркуляція правдивої, достовірної інформації всередині всього співтовариства за допомогою всіх засобів масової інформації.

Зважаючи на те, що в практичному плані завдання відновлення довіри до державних інститутів ще не реалізовано, для вітчизняної економічної науки ця проблема залишається актуальною та потребує свого вирішення. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року» від 03.03.2021 р. № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>
2. Україна – 2030. Стратегія зміни майбутнього / Національний інститут стратегічних досліджень. Аналітичні матеріали. Економіка. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf>
3. Кабмін затвердив економічну стратегію до 2030 року Укрінформ. 03. 03.2021 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3201472-kabmin-zatverddiv-ekonomichnu-strategiu-do-2030-roku.html>
4. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ / пер. з англ. М. Яковлев. Київ : Наш формат, 2018. 432 с.
5. Креативність. URL: <https://sites.google.com/site/kreativnist/home>
6. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старко. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянської академії», 2011. 242с.



7. Ільїна Г. В. Інновація як результат креативної діяльності підприємця. *Ефективна економіка*. 2012. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1412>
8. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV (у редакції від 05.12.2012 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
9. Flew T. *The Creative Industries. Culture and Policy*. Sage Publications, 2012. 232 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446288412>
10. Creative Economy: Report 2008. The Challenges of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making / UNCTAD. 2008. 357 p. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc-20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc-20082cer_en.pdf)
11. Прогнімак О. Д. Креативне майбутнє України: перспективи і перешкоди. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 3. С. 212–227.
12. Грабовська І. В. Інноваційний розвиток підприємства на засадах управління креативністю персоналу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 2. Т. 2. С. 192–197. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017\\_2\\_2/jrn/pdf/40.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_2_2/jrn/pdf/40.pdf)
13. Єлисеєва Л. В. Вимір та роль довіри в економічному розвитку: макроекономічний аналіз. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 3–7. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/3.pdf>
14. Акерлоф Дж., Шиллер Р. *Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма*. М. : Юнайтед Пресс, 2010. 273 с.
15. Рівень довіри до суспільних інститутів та електоральні орієнтації громадян України (лютий 2019 р.) / Разумков-центр. 20.02.2019 р. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/riven-doviry-do-suspilnykh-institutiv-ta-elektoralni-orientatsii-gromadian-ukrainy>
16. Оцінка громадянами діяльності влади, рівень довіри до соціальних інститутів та політиків, електоральні орієнтації громадян (лютий 2020 р.) / Разумков-центр. 20.02.2020 р. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-diialnosti-vlady-riven-doviry-do-sotsialnykh-institutiv-ta-politykiv-elektoralni-orientatsii-gromadian-liutyi-2020r>
17. Оцінка ситуації в країні, довіра до інститутів суспільства та політиків, електоральні орієнтації громадян (березень 2021) / Разумков-центр. 16.03.2021 р. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-institutiv-suspilstva-ta-politykiv-elektoralni-orientatsii-gromadian-berezen-2021r>

## REFERENCES

Akerlof, Dzh., and Shiller, R. *Spiritus Animalis, ili Kak chelovecheskaya psikhologiya upravlyayet ekonomikoy i pochemu eto vazhno dlya mirovogo kapitalizma* [Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism]. Moscow: Yunayted Press, 2010.

“Creative Economy: Report 2008. The Challenges of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making”. UNCTAD. 2008. [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf)

Flew, T. *The Creative Industries. Culture and Policy*. Sage Publications, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446288412>

Floryda, R. *Homo creativus. Yak novyi klas zavoiovuie svit* [Homo creativus. How a New Class Is Conquering the World.]. Kyiv: Nash format, 2018.

Hrabovska, I. V. “Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstva na zasadakh upravlinnia kreatyvniystiu personalu” [Innovative Development of the Enterprise on the Principles of Managing the Creativity of Personnel]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya «Ekonomiczni nauky»*, vol. 2, no. 2 (2017): 192-197. [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017\\_2\\_2/jrn/pdf/40.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_2_2/jrn/pdf/40.pdf)

Illina, H. V. “Innovatsiia yak rezultat kreatyvnoi diialnosti pidpriemtsia” [Innovation as a Result of Creative Activity of the Entrepreneur]. *Efektivna ekonomika*, no. 9 (2012). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1412>

“Kabmin zatverdyl ekonomichnu stratehiu do 2030 roku” [The Cabinet of Ministers Has Approved an Economic Strategy until 2030]. Ukrinform. March 03, 2021. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3201472-kabmin-zatverdiv-ekonomichnu-strategiu-do-2030-roku.html>

“Kreatyvnist” [Creativity]. <https://sites.google.com/site/kreatyvnist/home>

[Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2021). <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>

“Otsinka hromadianamy diialnosti vlady, riven doviry do sotsialnykh institutiv ta politykiv, elektoralni orientatsii hromadian (liutyi 2020 r.)” [Citizens' Assessment of Government Activities, Level of Trust in Social Institutions and Politicians, Electoral Orientations of Citizens (February 2020)]. Razumkov-tsentr. February 20, 2020. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-diialnosti-vlady-riven-doviry-do-sotsialnykh-institutiv-ta-politykiv-elektoralni-orientatsii-gromadian-liutyi-2020r>

“Otsinka situatsii v kraini, dovira do institutiv suspilstva ta politykiv, elektoralni orientatsii hromadian (berezen 2021)” [Assessment of the Situation in the Country, Trust in the Institutions of Society and Politicians, Electoral Orientations of Citizens (March 2021)]. Razumkov-tsentr. March 16, 2021. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-institutiv-suspilstva-ta-politykiv-elektoralni-orientatsii-gromadian-berezen-2021r>

Prohnyimak, O. D. “Kreatyvne maibutnie Ukrainy: perspektyvy i pereshkody” [Creative Future of Ukraine: Prospects and Obstacles]. *Ekonomicnyi visnyk Donbasu*, no. 3 (2018): 212-227.

“Riven doviry do suspilnykh institutiv ta elektoralni orientatsii hromadian Ukrainy (liutyi 2019 r.)” [Level of Trust in Public Institutions and Electoral Orientations of Citizens of Ukraine (February 2019)]. Razumkov-tsentr. February 20, 2019. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/riven-doviry-do-suspilnykh-institutiv-ta-elektoralni-orientatsii-gromadian-ukrainy>

Shumpeter, I. *Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsyклу* [Theory of Economic Development: The Study of Profits, Capital, Credit, Interest and the Economic Cycle]. Kyiv: Vydavnychi dim «Kyievo-Mohylianskoj akademii», 2011.

“Ukraina – 2030. Stratehiia zminy maibutnyoho” [Ukraine - 2030. Strategy for Changing the Future]. Natsionalnyi

instytut stratehichnykh doslidzhen. Analitychni materialy. Ekonomika. <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf>

Yelysieieva, L. V. “Vymir ta rol doviry v ekonomichnomu rozvytku: makroekonomichni analiz” [Measurement and the Role of Trust in Economic Development: Macroeconomic Analysis]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, iss. 23 (2018): 3-7. <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/3.pdf>