

uploads/2012/10/IEA_Ukraine-report-2012_summary-plus-ukr.pdf

Рецензент – Перепелюкова О. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

REFERENCES

Abramov, A. B. "Ukraina: problemy energosberezheniya i energoeffektivnosti" [Ukraine: problems of energy conservation and energy efficiency]. 22.07.2016. <http://nardep.org.ua/news/19606>

Amosha, O. I., Starychenko, L. L., and Cherevatskyi, D. Yu. *Stan, osnovni problemy i perspektivy vuhilnoi promyslovosti Ukrainy: naukova dopovid* [State, main problems and prospects of the coal industry of Ukraine: scientific report]. Donetsk, 2013.

Bulhakova, M., and Prystupa, M. *Enerhozberezhennia v Ukraini: pravovi aspekty i praktychna realizatsiia* [Energy Saving in Ukraine: Legal Aspects and Practical Implementation]. Rivne: O. Zen, 2011.

"Enerhetychna polityka za mezhamy krain – chleniv MEA: UKRAINA 2012" [Energy Policy Beyond the IEA Members: UKRAINE 2012]. http://www.qclub.org.ua/wp-content/uploads/2012/10/IEA_Ukraine-report-2012_summary-plus-ukr.pdf

Energy Information Administration. <https://www.eia.gov/Khubert, F.> "Perekrestnoye subsidirovaniye tarifov v elektroenergeticheskoy promyshlennosti Rossii ne tak plokhо, kak yego reputatsiya" [Cross-subsidization of tariffs in the electricity industry in Russia is not as bad as its reputation]. *Ekonomicheskyy zhurnal VShE*, no. 3 (2002): 343-353.

Kontseba, S. M. "Enerhozberihaiuchi tekhnolohii v Ukraini: ekonomichnyi efekt i perspektyvy vprovadzhennia" [Energy-saving technologies in Ukraine: economic impact and prospects for implementation]. *Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho natsionalnoho universytetu sadivnytstva*. 2007. <http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/666/1/Концеба.pdf>

Lukyanenko, D. G. et al. *Globalnoye ekonomicheskoye razvitiye: tendentsii, asimmetrii, regulirovaniye* [Global economic development: trends, asymmetries, regulation]. Kyiv: KNEU, 2013.

Nakhodov, V. F. et al. "Kompleksnyi pidkhid do vyznachennia skladu chynnykiv, shcho vplyvaiut na velychynu enerhospozhyvannia pry vprovadzhenni system operatyvnoho kontroliu enerhoefektyvnosti" [A comprehensive approach to determining the composition of factors affecting the amount of energy consumption in implementing operational energy efficiency monitoring systems]. *Enerhetyka: ekonomika, tekhnolohii, ekolohiia*, no. 2 (2014): 68-77.

Vlasiuk, O. S., and Preiher, D. K. "Konkurentospromozhnist enerhetyky: stan, problemy, perspektyvy" [Energy competitiveness: state, problems, prospects]. *Stratehichna panorama*, no. 2 (2009): 26-35.

Volodina, Ye. "Svitovyi dosvid peretvoren enerhetychnoi haluzi" [World experience of energy industry transformations]. http://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/13076.3.1.013.pdf

Yermilov, S. F. "Derzhavna polityka enerhoefektyvnosti v ukrainskomu ta yevropeiskomu konteksti" [State policy on energy efficiency in the Ukrainian and European context]. *Ekonomika i prohnozuvannia*. 2007. http://eip.org.ua/docs/EP_07_2_27_uk.pdf

УДК 338.242
JEL: E66; F63; O30

ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ КРАЇН У СФЕРІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

©2019 КАРАСЬОВА Н. А.

УДК 338.242
JEL: E66; F63; O30

Карасьова Н. А. Досвід розвинених країн у сфері креативної економіки

У наш час економічний розвиток будь-якої країни, так само як добробут її населення, визначається рівнем знань, досягненнями інтелектуальної праці, інновацій, розвитком науки і техніки, інформаційних систем. Актуальність дослідження зумовлена потребою розвитку креативних індустрій в Україні, що можливе за умови вивчення досвіду економічно розвинутих країн. Метою роботи є дослідження особливостей розвитку креативних галузей економіки в економічно розвинутих країнах. Проведено аналіз особливостей розвитку креативних економік в Азійсько-Тихоокеанському, Європейському та Північноамериканському регіонах. Визначено, що для забезпечення розвитку креативного сектора в розвинених країнах поєднують п'ять ключових напрямів діяльності: розвиток професійних спілок та організацій; розвиток потенціалу системи освіти; стимулювання створення бізнес-інкубаторів, креативних кластерів і хабів; інтернаціоналізація та вихід за рамки національних економік. З'ясовано, що розвиток креативних індустрій має чітко виражений урбанізаційний характер. Проте для сільських територій розвиток креативної економіки також важливий з огляду на потенціал і перспективи синтезу традиційних і креативних видів діяльності. Встановлено, що важливим аспектом розвитку креативної економіки країн Європейського Союзу є вивчення та підтримка креативних індустрій на національному рівні. Здійснено порівняльну оцінку доходів різних сфер креативної індустрії розвинених країн. На основі аналізу виокремлено сектори, які кожна окрема країна відносить до креативної економіки. З'ясовано, що політика розвинених держав спрямована на: чітке окреслення границь креативної економіки, віднесення до неї секторів економіки та видів економічної діяльності; створення типологічних груп у статистичних вимірюваннях креативної економіки; визначення напрямів і джерел фінансової та технічної підтримки секторів і підсекторів креативної економіки; впровадження різноманітних програм підтримки на державному рівні.

Ключові слова: креативна економіка, розвинені країни, креативний сектор, розвиток, креативна індустрія.

DOI:

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 16.

Карасьова Наталія Анатоліївна – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин, Київський національний університет культури і мистецтв (вул. Євгена Коновальця, 36, Київ, 01601, Україна)

E-mail: karasyova.natasha@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8471-3870>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/M-7338-2018>

**Карасева Н. А. Опыт развитых стран
в сфере креативной экономики**

В настоящее время экономическое развитие любой страны, так же как благосостояние её населения, определяется уровнем знаний, достижениями интеллектуального труда, инноваций, развитием науки и техники, информационных систем. Актуальность исследования обусловлена необходимостью развития креативных индустрий в Украине, что возможно при условии изучения опыта экономически развитых стран. Целью работы является исследование особенностей развития креативных отраслей экономики в экономически развитых странах. Проведен анализ особенностей развития креативных экономик в Азиатско-Тихоокеанском, Европейском и Североамериканском регионах. Определено, что для обеспечения развития креативного сектора в развитых странах сочетаются пять ключевых направлений деятельности: развитие профессиональных союзов и организаций; развитие потенциала системы образования; стимулирование создания бизнес-инкубаторов, креативных кластеров и хабов; интернационализация и выход за рамки национальных экономик. Установлено, что развитие креативных индустрий имеет четко выраженный урбанизационный характер. Однако для сельских территорий развитие креативной экономики также важно, учитывая потенциал и перспективы синтеза традиционных и креативных видов деятельности. Установлено, что важным аспектом развития креативной экономики стран Европейского Союза стало изучение и поддержка креативных индустрий на национальном уровне. Осуществлена сравнительная оценка доходов различных сфер креативной индустрии развитых стран. На основе анализа выделены сектора, которые каждая отдельная страна относит к креативной экономике. Выяснено, что политика развитых государств направлена на: четкое определение границ креативной экономики, отнесение к ней секторов экономики и видов экономической деятельности; создание типологических групп в статистических измерениях креативной экономики; определение направлений и источников финансовой и технической поддержки секторов и подсекторов креативной экономики; внедрение различных программ поддержки на государственном уровне.

Ключевые слова: креативная экономика, развитые страны, креативный сектор, развитие, креативная индустрия.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Библ.:** 16.

Карасева Наталья Анатольевна – доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры международных отношений, Киевский национальный университет культуры и искусств (ул. Евгения Коновальца, 36, Киев, 01601, Украина)

E-mail: karasyova.natasha@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8471-3870>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/M-7338-2018>

**Karasova N. A. The Experience of Developed Countries in the Sphere
of Creative Economy**

Currently, the economic development of any country, as well as the well-being of its population, is determined by the level of knowledge, achievements of intellectual work, innovation, development of science, technology, and information systems. The relevance of the research is substantiated by the need to develop creative industries in Ukraine, which is possible if we study the experience of economically developed countries. The aim of the publication is studying the development features of the creative sectors of economy in the economically developed countries. An analysis of the development of creative economies in the Asia-Pacific, European and North American regions is carried out. It is defined that five key directions of activities are combined to ensure development of the creative sector in developed countries: development of trade unions and organizations; development of the potential of education system; encouraging the creation of business incubators, creative clusters and hubs; internationalization, and going beyond national economies. It is determined that the development of creative industries has a clearly expressed urbanization character. However, for rural areas, development of the creative economy is also important, given the potential and prospects of the synthesis of traditional and creative types of activity. It is determined that an important aspect of the development of creative economy in the European Union Member States has become the study and support of creative industries at the national level. A comparative assessment of the incomes of various spheres of the creative industry in the developed countries is carried out. On the basis of an analysis, the sectors that each individual country refers to as a creative economy are allocated. It is explained that the policy of developed countries is aimed at: clear definition of the boundaries of creative economy, related classification of economy sectors and types of economic activity; creation of typological groups in the statistical measurements of creative economy; identifying the directions and sources of financial and technical support for the sectors and sub-sectors of creative economy; implementation of various support programs at the State level.

Keywords: creative economy, developed countries, creative sector, development, creative industry.

Fig.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 16.

Karasova Nataliia A. – D. Sc. (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Relations, Kyiv National University of Culture and Arts (36 Yevhena Konovaltsia Str., Kyiv, 01601, Ukraine)

E-mail: karasyova.natasha@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8471-3870>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/M-7338-2018>

У наш час економічний розвиток будь-якої країни, так само як добробут її населення, визначається рівнем знань, досягненнями інтелектуальної праці, інновацій, розвитком науки і техніки, інформаційних систем тощо. У країнах ОЕСР на сферу послуг припадає більше 80% ВВП, а на зміну традиційному виробництву приходять креативні та інноваційні галузі. Наявність накопиченого досвіду щодо різних напрямків розвитку креативної економіки зумовлює необхідність дослідження практики розвинених країн у цій сфері суспільного життя.

Креативній економіці присвячено праці таких науковців, як: Дж. Хокінс, який уперше увів поняття креативної економіки в журналі Business Week; Р. Флоріда, який сформулював сучасну інтерпретацію терміна «креативна економіка», поклавши в основу її специфіки ознаку професій, рід зайнятості пра-

цівників у творчій промисловості [9]. Різні питання пов'язані з особливостями креативної економіки теоретичного та практичного значення досліджували у своїх працях українські та російські вчені-економісти: І. Дубіна, О. Білокрилова, С. Головін, М. Каменських, А. Локалов, А. Пакуліна, А. Степанов, В. Чорна. Водночас зазначимо, що на теперішній час не створено достатнього пласта вітчизняних наукових робіт, які б повною мірою охоплювали широкий спектр питань і проблем, пов'язаних із розвитком креативної економіки. Саме тому метою роботи є дослідження особливостей розвитку креативних галузей економіки в економічно розвинутих країнах.

Якщо системно та комплексно підійти до визначення креативної економіки, то можна констатувати, що вона виступає як:

- ✦ постіндустріальна економіка, оскільки збільшується та починає домінувати частка сфери послуг, а не сфера виробництва;
- ✦ інформаційна економіка, оскільки інформація (знання, наука) грає в ній провідну роль як фактор виробництва і переважає роль творчої праці;
- ✦ інноваційна економіка, адже знання породжують безперервний потік нововведень, відповідає вимогам динамічно мінливих потреб, а часто і формує їх. Але принциповою відмінністю креативної економіки від інноваційної є акцентування на розвитку індустрії інновацій за допомогою креативного сектора економіки як ключового (креативність виступає як характеристика інновацій);
- ✦ глобальна мережева економіка, оскільки в креативній економіці взаємодія між носіями «ідеї» опосередковується широкими мережевими зв'язками у світовому масштабі (виникнення Інтернету як нової інфраструктури економіки);
- ✦ економіка знань, оскільки в ній зростає значення людського капіталу та інвестицій в освіту і підготовку кадрів [5].

Особливості креативної економіки як феномена, в основі якого лежать проектне мислення, креативна уява, практична спрямованість, полягають у:

- ✦ високій ролі нових технологій і відкриттів у різних сферах діяльності людини;
- ✦ інноваційному характері розвитку економіки;
- ✦ прориві у сфері ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій);
- ✦ мережевому та глобальному характері знань;
- ✦ появі нових методів і способів управління людським капіталом;
- ✦ формуванні НІС (нових індустріальних країн) як інституційної основи економіки.

ЮНКТАД визначає стрімке зростання за останнє десятиліття обсягів креативної економіки. Так, світова торгівля креативними товарами та послугами у 2011 р. становила 624 млрд дол. Середньорічні темпи зростання за період 2007–2011 рр. експорту товарів становили 3,71%, імпорту – 0,58%. За період 2012–2015 рр. щорічні темпи зростання обсягів торгівлі креативними товарами дещо уповільнились, зупинившись на показниках 0,23% по експорту, і (–0,25)% по імпорту. Скорочення відбулося за рахунок країн, що розвиваються: експорт товарів у цій групі щорічно в середньому знижувався на 1,89%, імпорт – ще значніше, на 8,17%. У групі розвинутих країн відбувалося прирощення експорту товарів на 2,86%, імпорту – на 3,56% щорічно в середньому протягом зазначеного періоду. Ці дані свідчать про те, що країни, що розвиваються, мають обмежені ресурси для

імпорту дорогих креативних товарів, а також недостатні потужності для формування сталого експортного потоку [6]. Крім того, у країнах ОЕСР частка креативних індустрій уже складає від 5% до 9% ВВП [<https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Networking-and-Synergies.aspx>].

Зпочатку ХХ століття розвиток креативної економіки загалом зосередився у трьох світових регіонах: Азійсько-Тихоокеанському, Європі та Північній Америці. Азійсько-Тихоокеанський регіон – найбільший у світі ринок креативної індустрії з максимальною концентрацією споживачів, високим попитом на газети і відеоігри, місце розташування для ряду лідерів креативної індустрії. Наприклад, виручка китайської компанії Tencent, ключового актора у виробництві ігор і сервісів з обміну миттєвими повідомленнями, у 2016 р. склала 22,9 млрд дол. США. Японська газета «Yomiuri Shimbun» виходить тиражем 10 мільйонів екземплярів в день. Індійська книжкова індустрія – 10-й за величиною книжковий ринок у світі з найвищими темпами зростання доходів від продажів книг.

Європейський ринок креативної індустрії базується на унікальній концентрації організацій, пов'язаних з історичною спадщиною, мистецтвом і модою. Наприклад, 7 із 10 найбільш відвідуваних музеїв світу – європейські. Із 69 «креативних міст» 30 – європейські. Великобританія – лідер на арт-ринку (особливо у сфері сучасного мистецтва). Французька компанія Publicis є ключовим гравцем у світовій рекламній індустрії. Титани креативної індустрії – WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft та ін. мають європейське походження. Європейська креативна економіка щорічно приносить дохід у розмірі 0,5 трлн євро (близько 4% від загального обсягу ВВП країн Європи).

Розвиток ринку креативної індустрії в США та Канаді пов'язано з ринком креативних сервісів і аудіовізуальних медіа – телебачення, кіновиробництва та радіо (182, 28 і 21 млрд дол. США відповідно). Тут зосереджено найбільшу кількість споживачів цифрового культурного контенту (47%), що більше, ніж в Азії на 25% і Європі на 24%.

Латиноамериканський креативний ринок також швидко розвивається (6% виручки світового ринку креативної індустрії, 7% від загальної кількості робочих місць), представлений мультимедійними конгломератами Grupo Globo (Бразилія), Grupo Televisa (Мексика) і Grupo Clarin (Аргентина), мають великий інтерес в медіа-просторі [2, с. 18]. На *рис. 1* наведені середньорічні доходи провідних ринків креативної індустрії.

З'ясовано, що основними детермінантами розвитку для забезпечення розвитку креативних індустрій є:

- ✦ розвиток професійних спілок та організацій;
- ✦ розвиток потенціалу системи освіти;

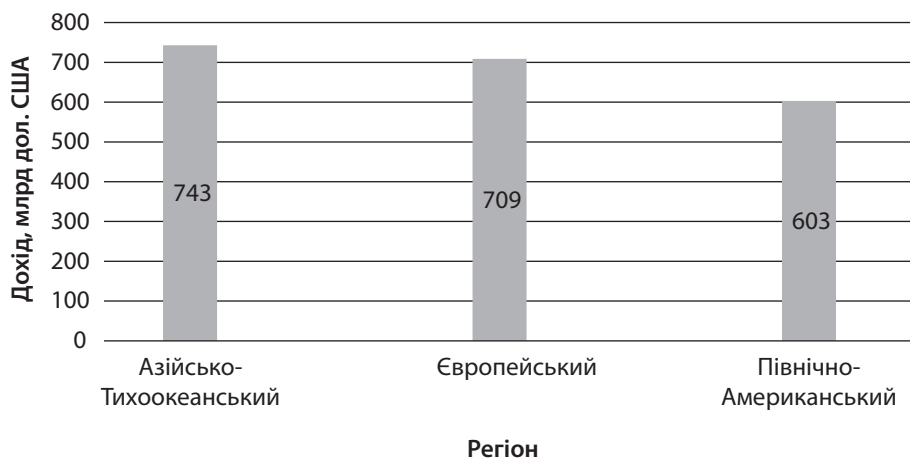


Рис. 1. Середньорічні доходи провідних ринків креативної індустрії [7, с. 5]

- ✦ стимулювання створення бізнес інкубаторів, креативних кластерів і хабів;
- ✦ інтернаціоналізація та вихід за рамки національних економік.

Яскравим прикладом розвитку всіх п'яти інфраструктурних компонентів є Великобританія, де вперше здійснили дослідження потенціалу креативного сектора; сформувавши урядову програму розвитку, що включила пріоритетні напрями розвитку креативних індустрій (створення агенцій підтримки, гранти та доступні кредити, творче підприємництво та ін.); уперше застосували спеціальні статистичні коди для ідентифікації представників креативного сектора з-поміж інших економічних суб'єктів. У результаті розвитку креативних індустрій було створено 1,7 мільйонів робочих місць, працює понад 7 мільйонів осіб. Нині креативна економіка Великобританії генерує майже 10 мільйонів фунтів за годину [8].

Необхідно виділити особливу роль транснаціональних корпорацій (ТНК) у розвитку креативної економіки та просуванні наукового прогресу людства. Щодня тільки одна фармацевтична корпорація Pfizer витрачає на дослідження 100 млн дол., а щорічні витрати на цю мету Fordi IBM становлять 2–3 млрд дол., що перевищує науково-дослідні бюджети багатьох країн. У США практично весь обсяг подібних витрат R&D приватного бізнесу припадає на 700 найбільш великих компаній і близько 40% цих коштів – на 15 найбільших ТНК. Саме ТНК є суб'єктами, які займаються «перекачуванням мізків», інвестиціями в освіту та фінансуванням у великих обсягах науково-дослідних центрів при університетах. На рис. 2 відображено інноваційну активність підприємств у сфері промисловості.

Для сектора креативних індустрій характерним є одночасна робота різних за організаційно-правовими формами та масштабами фірм. Навіть у секторах, де домінують великі міжнародні компанії, участь

мікро-, малих і середніх підприємств не применшує їх значення в розвитку галузі. Так, наприклад, в Австрії у сфері креативних індустрій функціонує понад 38 тис. підприємств, 63% з яких – індивідуальні (засновник – єдиний працівник), що вдвічі вище, ніж у цілому в економіці. Крім того, більше 25% креативних підприємств мають 2–4 найманих працівників і лише 5% фірм – понад 10 зайнятих.

Так, завдяки новим моделям підприємств і хорошій інфраструктурі Німеччина стала міжнародно визнаною локацією стартапів. Багато інтернаціональних засновників вказують на хороші загальні умови в Німеччині: майже 10% засновників стартапів і 22% їхніх співробітників прибувають з-за кордону. Також існування в Німеччині численних акселераторів, інкубаторів та програм, що часто надають підтримку великим фірмам стартапам на початковій фазі, є показником того, що і класична промисловість дедалі більше зацікавлена йти пліч-о-пліч зі стартапами цифрової економіки [3].

Розвиток креативних індустрій має чітко виражений урбанізаційний характер. Великі мегаполіси та міста внаслідок вищої частки креативного класу притягують капітал для розвитку креативних індустрій, підтвердженням чому є двох-трьохкратне перевищення рівня креативної зайнятості в мегаполісах по відношенню до загальнонаціональних показників. Наприклад, зайнятість у креативних індустріях в Берліні складає 8%, тоді як у цілому в Німеччині лише 3%; для Нью-Йорка та США ці показники становлять відповідно 8,1% та 2,2%; для Відня та Австрії – 14% та 4% [14, с. 92]. Європейська комісія опублікувала свій перший рейтинг європейських міст, оцінюючи їх з точки зору культурного і креативного потенціалу. Дослідження під назвою «Cultural and Creative Cities Monitor» порівнює 168 міст у 30 європейських країнах. Так, високі бали отримали не лише мегаполіси, але і невеликі провінційні міста. Ірландський Корк, наприклад, випереджає за кількістю

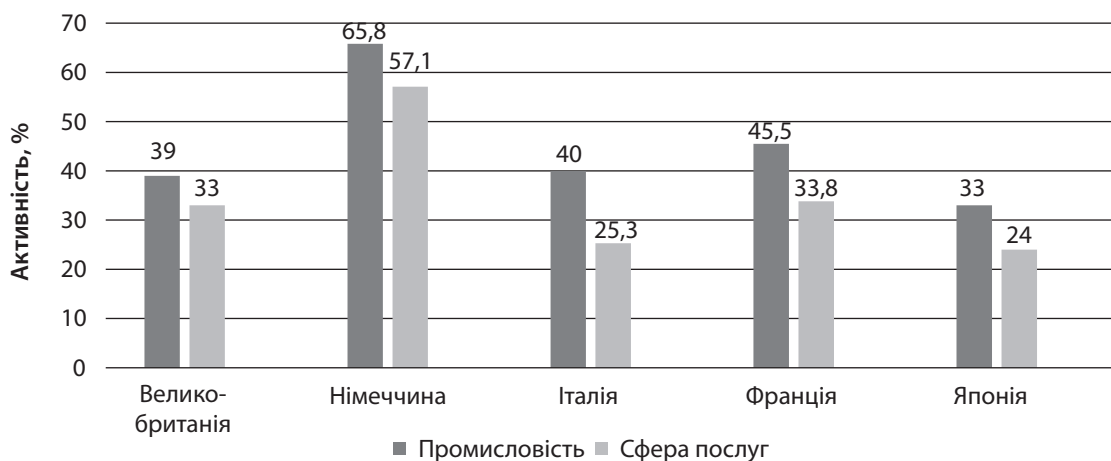


Рис. 2. Інноваційна активність підприємств у промисловості та сфері обслуговування розвинутих країн [13]

культурних установ на одну особу населення Парижа. Шведський Умео випереджає Берлін за динамічністю креативного сектора економіки, а Лондон у списках лідерів взагалі не значиться. Зі 168 учасників дослідження 93 є володарями титулу «Культурна столиця Європи», 22 отримали від ЮНЕСКО звання «Креативне місто», у 53 містах зі списку регулярно проводяться міжнародні фестивалі культури. Загалом за сумарним рейтингом за всіма параметрами переможцями виявилися Париж, Копенгаген, Единбург і Ейнховен. Незважаючи на це, С. В. Киричук [4] висловлює думку про те, що для сільських територій нова модель розвитку економіки на основі креативних індустрій може бути прийнятною з огляду на наявний потенціал і перспективи синтезу традиційних і новітніх (креативних) форм і видів діяльності.

Важливим досвідом у розвитку креативної економіки країн Європейського Союзу стали вивчення і підтримка креативних індустрій на національному рівні. Зокрема, у ранніх дослідженнях основна увага приділялася вивченню вкладу креативних індустрій в економіку ЄС. Така активність проявилася в публікації низки аналітичних документів: наприклад, у Великобританії в 1998 р. – Creative Industries Mapping Document; у Данії у 2000 р. – Denmark's Creative Potential – Culture and Business Policy Report; в Австрії у 2003 р. – Erster Osterreichischer Kreativwirtschaftsbericht; у Нідерландах у 2005 р. – Culture & Economy: Our Creative potential. Окрім цього, важливість креативних індустрій у розвитку економіки ЄС наголошувалася Єврокомісією на наднаціональному рівні в таких стратегічних документах: «The Lisbon Strategy» (2000 р.); «The Economy of Culture in Europe» (2006 р.); «The European Agenda for Culture» (2007 р.); «The EU Green Paper Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries» (2010 р.); «The Europe 2020 Strategy» (2010 р.); «The Creative Europe Programme 2014–2020» (2013 р.) [1].

Аналіз підходів різних країн – членів ЄС до стратегічного планування діяльності креативних індустрій дозволяє виділити 4 типи стратегій:

- ✦ спеціалізовані стратегії для зовнішньоекономічної експансії безпосередньо креативних індустрій (наприклад, у Нідерландах – Policy Programme for the Creative Industries 2009–2013, Creative Industries Internationalisation Programme 2013–2016; у Фінляндії – Finnish Cultural Export Promotion Programme);
- ✦ спеціалізовані стратегії, що передбачають просування всієї національної культури на міжнародному рівні (наприклад, у Швеції – Swedish Cultural Internationalisation Strategies);
- ✦ зовнішньоекономічні стратегії загальної спрямованості, що торкаються водночас і експортоорієнтованого розвитку, і креативного сектора економіки (наприклад, у Данії – стратегія Value, Growth and Knowledge for Denmark; в Австрії – програма Go-international);
- ✦ відсутність окремої цілісної стратегії зовнішньоекономічної діяльності для креативних індустрій, але реалізація різних програм і заходів, спрямованих на стимулювання експорту продукції цих галузей у межах загальнонаціональної стратегії розвитку (наприклад, у Бельгії – підрозділ Flanders Image фонду Flanders Audiovisual Fund; у Греції – підрозділ Hellas Film центру Greek Film Centre) [11].

Широкий спектр галузей креативної індустрії створює для розвинених країн величезні можливості з планомірного вибудовування унікальних тактик розвитку, забезпечує високий рівень прибутковості в даному секторі економіки. Порівняльна оцінка доходів різних областей креативної індустрії свідчить про абсолютне домінування медіапродукції та послуг (більше 50% доходів креативної індустрії), де безумовним лідером є телебачення, яке формує близько половини даних доходів. Трохи поступаються йому газети і журнали, висока частка яких забезпечена в основно-

му за рахунок інтернет-версій видань. Друге місце за доходами серед областей креативної індустрії належить мистецтвам, де понад 70% приносить виручка від візуальних мистецтв. Третю позицію за доходами посідає функціональна творчість (більше 20% від сумарних доходів креативної індустрії), де провідним сектором, що визначає зміни між галузями креативної індустрії у 2020 р., є креативні сервіси (рис. 3).

На основі аналізу зарубіжних країн щодо розвитку їх креативності В. Я. Чевганова зі співавторами виокремили сектори, які можна віднести до креативної економіки (табл. 1) [12].

Виходячи з наведених даних, бачимо, що такі сектори, як реклама, архітектура, дизайн, кінематограф, інформаційні та комп'ютерні технології та декоративно-прикладне мистецтво, є практично в усіх країнах. На нашу думку, популярність цих секторів зумовлена тим, що вони є найбільш актуальними у світі. Такі сектори, як відеоігри, телебачення та радіо, музика, видавництво та сценічне мистецтво, виділяє як креативні більшість країн. Декілька країн виділяють такі сектори, як мода, туризм, творчі ремесла, преса, ринок антикваріату. Це зумовлено наявним потенціалом до їх розвитку. Лише дві країни

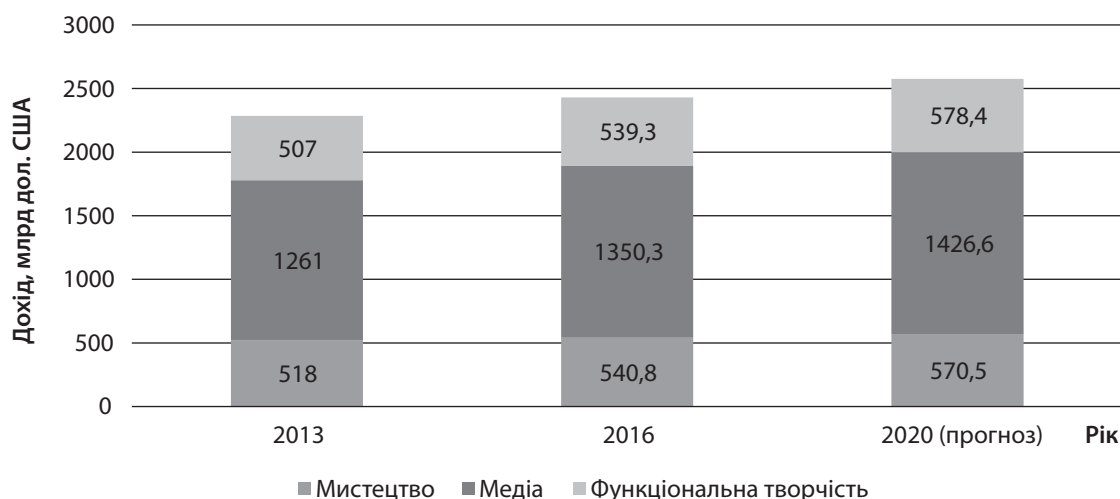


Рис. 3. Динаміка доходів областей креативної індустрії розвинених країн за період 2013–2020 рр. [7]

Таблиця 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
Великобританія	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

виділяють харчову індустрію, яка притаманна країнам Сходу (Японія та Китай), та літературу, що розвивається як креативний напрям у Німеччині та Польщі. Японія принципово відрізняється від зазначеного переліку країн своєю кухнею – страви з морепродуктів відомі в усьому світі. Це передусім відбувається через географічне положення країни, яка знаходиться на островах і має можливість швидко постачати свіжі морепродукти. Можна зробити висновок, що креативна економіка в усіх наведених країнах розвивається швидкими темпами в різних напрямках. Це зумовлює збільшення її частки у ВВП, створення нових робочих місць, диверсифікацію економіки та стимулювання нововведень.

ВИСНОВКИ

1. Розвиток креативної економіки в розвинутих країнах нерозривно пов'язаний з інтелектуальним потенціалом, реалізацією стратегії сталого розвитку на інноваційній основі й відповідної державної економічної політики. Особлива увага приділена інноваційній діяльності, для якої важливе значення має креативність – здатність генерувати принципово нові ідеї та способи ефективного вирішення проблем, що є необхідною умовою створення інновацій.

2. Здійснювана політика щодо розвитку креативної економіки в розвинених країнах ґрунтується на усвідомленні її міждисциплінарної природи – економічної, культурної, соціальної, технологічної та екологічної складових.

3. Детально описано три глобальні регіони, які з початку ХХ століття стали центрами розвитку креативної економіки. З'ясовано, що політика розвинених держави спрямована на: чітке окреслення границь креативної економіки, віднесення до неї секторів економіки та видів економічної діяльності; створення типологічних груп у статистичних вимірюваннях креативної економіки; визначення напрямів і джерел фінансової та технічної підтримки секторів і підсекторів креативної економіки; впровадження різноманітних програм підтримки на державному рівні.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на проведення аналізу та узагальнення системи вимірів креативної економіки, яка склалася в розвинутих країнах, та застосування її в національній економіці. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України», 2017. 528 с.

2. Данильченко А. В., Бертош Е. В., Док Хи О. Креативная экономика как высшая форма развития постиндустриального общества. Экономическая наука сегодня. 2017. Вып. 6. С. 16–25.

3. Інноваційні стартапи. URL: <https://www.tatsachenueber-deutschland.de/uk/kategoriye/ekonomika-y-innovaciyi/innovaciyni-startapy>

4. Кирилюк С. В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 6. Ч. 1. С. 68–72.

5. Локалов А. А. Инновационная экономика и новая экономика: соотношение процессов и понятий. Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. № 1. С. 128–131.

6. Мазуренко В. П., Копійка Д. В. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки. Молодий вчений. 2018. № 8. С. 200–205.

7. Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик: бюллетень о сфере образования. Сентябрь 2017. № 13. 24 с. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf>

8. Скиба М. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету // Інтернет-газета «Українська правда». 21 березня 2016. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/>

9. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 384 с.

10. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 151–157. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf

11. Циренчиков В. С. Евросоюз: тенденции инновационного обновления. М.: Ин-т Европы РАН, 2015. 68 с.

12. Чевганова В. Я., Введенська А. В., Заплава О. Ю. Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України. Економіка і суспільство. 2018. № 19. С. 680–688.

13. Чистякова А. С. Особенности креативной экономики. Научно-техническая информация. 2016. № 1. С. 32–38.

14. Foord Jo. Strategies for creative industries: an international review. Creative Industries Journal. 2008. Vol. 1. No. 2. P. 91–113. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.1200&rep=rep1&type=pdf>

15. Howkins J. The Creative Economy. NY.: The Penguin Press, 2001. 116 p.

16. Newbiggin J. The Creative Economy: An Introductory Guide. London: The British Council, 2010. 86 p.

REFERENCES

Chevhanova, V. Ya., Vvedenska, A. V., and Zaplava, O. Yu. "Kreatyvna ekonomika: svitovyi dosvid ta uroky dlia Ukrainy" [Creative Economy: Global Experience and Lessons for Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 19 (2018): 680-688.

Chistyakova, A. S. "Osobennosti kreativnoy ekonomiki" [Features of the creative economy]. *Naukovo-tekhnichna informatsiia*, no. 1 (2016): 32-38.

Danilchenko, A. V., Bertosh, Ye. V., and Dok, Khi O. "Kreativnaya ekonomika kak vysshaya forma razvitiya postindustrialnogo obshchestva" [Creative economy as the highest form of development of the postindustrial society]. *Ekonomicheskaya nauka segodnya*, no. 6 (2017): 16-25.

Davymuka, S. A., and Fedulova, L. I. *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy* [Creative sector of economy: experience and directions of development]. Lviv: DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen im. M. I. Dolishnyoho NAN Ukrainy», 2017.

Florida, R. *Kreativnyy klass: lyudi, kotoryye menyayut budushcheye* [The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 2015.

Foord, Jo. "Strategies for creative industries: an international review". *Creative Industries Journal*. 2008. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.1200&rep=rep1&type=pdf>

Howkins, J. *The Creative Economy*. New York: The Penguin Press, 2001.

"Innovatsiini startapy" [Innovative startups]. <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/uk/kategoriyi/ekonomika-y-innovatsiyi/innovatsiini-startapy>

Kholodnytska, A. V. "Aktualni tendentsii rozvytku kreatyvnykh industrii v Ukraini v umovakh hlobalizatsii" [Actual tendencies of development of creative industries in Ukraine in the conditions of globalization]. *Ekonomika i suspilstvo*. 2018. http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf

Kyryziuk, S. V. "Mizhnarodni ta vitchyzniani tendentsii rozvytku kreatyvnoi ekonomiky" [International and domestic tendencies of creative economy development]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 1, no. 6 (2014): 68-72.

Lokalov, A. A. "Innovatsionnaya ekonomika i novaya ekonomika: sootnosheniye protsessov i ponyatiy" [Innovative economy and the new economy: the ratio of processes and concepts]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta*, no. 1 (2013): 128-131.

Mazurenko, V. P., and Kopyika, D. V. "Natsionalni ta hlobalni vymiry rozvytku kreatyvnoi ekonomiky" [National and global dimensions of creative economy development]. *Molodyi vchenyi*, no. 8 (2018): 200-205.

Newbiggin, J. *The Creative Economy: An Introductory Guide*. London: The British Council, 2010.

"Obrazovaniye i kreativnaya industriya v zerkale mezh-dunarodnykh i otechestvennykh praktik: byulleten o sfere obrazovaniya" [Education and the creative industry in the mirror of international and domestic practices: a bulletin on the field of education]. September 2017. <http://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf>

Skyba, M. "Kreatyvna ekonomika v Yevropi: 5 krokiv dlia zletu" [Creative Economy in Europe: 5 Steps to Take-Off]. *Ukrainska pravda*. March 21, 2016. <https://life.ppravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/>

Tsirenschikov, V. S. *Yevrosoyuz: tendentsii innovatsionnogo obnovleniya* [European Union: tendencies of innovative renewal]. Moscow: In-t Yevropy RAN, 2015.