РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF CREATIVE BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти розвитку креативного бізнесу в Україні. Розкрито сутність понять «креативна економіка», «креативні індустрії» та «креативність». Досліджено теоретичні погляди вчених щодо структури креативної економіки. Креативність розглядається як необхідна перевага для будь-якої сучасної людини, а креативний бізнес – як основа нової економічної моделі розвитку країн. Проаналізовано рівень креативності України на основі глобальних індексів та показників макроекономічної статистики. Розглянуто креативність міст та тенденції формування креативних кластерів у національній економіці. З'ясовано досягнення українських діячів у сфері креативного бізнесу. Розроблено перелік можливих методів покращення розвитку креативної економіки в Україні, зокрема: розповсюдження інформації про креативні індустрії; розвиток креативного потенціалу населення; підтримка програм креативних міст, креативних кластерів, шкіл та дитячих садочків; удосконалення законодавчої бази задля зародження креативних індустрій та розвитку їхньої діяльності; підтримка державного апарату та зацікавленості населення.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, креативність, національна економіка, креативний бізнес, нова економічна модель.

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты развития кре-

ативного бизнеса в Украине. Раскрыта сущность понятий «креативная экономика», «креативные индустрии» и «креативность». Исследованы теоретические взгляды ученых относительно структуры креативной экономики. Креативность рассматривается как необходимое преимущество для любого современного человека, а креативный бизнес – как основа новой экономической модели развития стран. Проанализирован уровень креативности Украины на основе глобальных индексов и показателей макроекономической статистики. Рассмотрена креативность городов и тенденции формирования креативных кластеров в национальной экономике. Выявлены достижения украинских деятелей в сфере креативного бизнеса. Разработан перечень возможных методов улучшения развития креативной экономики в Украине, в частности: распространение информации о креативных индустриях; развитие креативного потенциала населения; поддержка программ креативных городов, креативных кластеров, школ и детских садов; совершенствование законодательной базы для зарождения креативных индустрий и развития их деятельности; поддержка государственного аппарата и заинтересованность населения.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, креативность, национальная экономика, креативный бизнес, новая экономическая модель.

УДК 005.342

<https://doi.org/10.32843/infrastruct35-1>

Венгерська Н.С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Національний університет «Запорізька політехніка»

Буднік А.І.

магістр Національний університет «Запорізька політехніка»

The article concerned with theoretical and practical aspects of the development the creative business in Ukraine. Definition of the concepts "creative economy", "creative industries" and "creativity" is revealed. Creativity, individuality and originality of thought, all of it now is one of the most important skills for modern employers. If we take into account that human creativity is an unlimited source of economic growth, then the economy based on the use of intellectual and creative potential will almost not reach stagnation. Around the world, the creative economy is spoken of as an important and growing part of the global economy. The difference between the creative economy and the traditional economic way is that the main tool in it is knowledge, resource-information, and product-innovation. Thus, the concept of creative economy unites such disparate concepts as «information economy», «knowledge economy» and «innovation economy». The proper development of the creative abilities in nation as a whole –not just individual bright representatives, the spread of creative industries and assistance in their development – becomes a vital necessity in the modern era. Therefore, to pay attention to such an important topic as the creative economy is very appropriate in our post-industrial and innovative time. The scientists theoretical views on the structure of the creative economy are investigated. Creativity is seen as a necessary advantage for any modern person, and creative business as the basis of a new economic model of development. The level of creativity in Ukraine on the basis of global index and indicators of macroeconomic statistics is analyzed. Creativity of cities and tendencies of formation the creative clusters in national economy are also considered. Were found the achievements of Ukrainian figures in the field of creative business. Was formed a list of possible methods to improve the development in Ukraine the creative economy, in particular: spreading the information about creative industries; development of creative potential in the population; support programs to creative cities, creative clusters, schools and kindergartens; improvement of the legislative framework for the emergence the creative industries and the development of their activities; the state apparatus support and public interest.

Key words: creative economy, creative industries, creativity, national economy, creative business, new economic model.

Постановка проблеми. Останнім часом все більше країн світу звертають свою увагу на роль креативних індустрій як на один із можливих варіантів факторів економічного розвитку. Зарубіжні та українські вчені Дж. Хокінс [1], Р. Флорида [2]

та Л. Антонюк [3] вважають, що креативна економіка – одна з найуспішніших моделей економічного зростання майбутнього десятиліття. Ще донедавна в Україні майже не акцентувалося в наукових та експертних колах на потенціал кре-

ативного бізнесу, проте інноваційні зміни, що відбуваються в креативних секторах економіки, свідчать, що вони мають значний потенціал та можуть стати одним із драйверів національної економіки. Про це свідчить рейтинг креативності нашої країни, який поступово зростає.

Однією з головних умов економічного розвитку національної економіки є зниження енергомісткості та розвиток на засадах сталості. Креативна економіка цілком задовольняє ці критерії – вона не потребує багатьох витрат, як наприклад реконструкція виробництва. Але її розвиток залежить від якості та креативності людського капіталу в країні.

Саме тому важливим є окреслення шляхів розвитку креативних індустрій в Україні, які зараз знаходяться лише на початку свого шляху. Треба розуміти, що креативний бізнес істотно впливає не тільки на національну економіку загалом, створюючи додаткові надходження до бюджету та інвестиційну привабливість, але й на розвиток міст, створюючи нові робочі ланки, розвиваючи культуру, духовність та креативність населення. Все це зумовлює розгляд концепції креативної економіки як однієї зі стратегічних засад розвитку економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти креативної економіки та ефективності креативного суспільства набули значної популярності серед відомих зарубіжних учених-економістів, таких як Дж. Хокінс, Р. Флоріда, Е. Пратт, С. Леша, Дж. Као, Ч. Лендрі. Незважаючи на те, що креативна індустрія серед українських учених є не досить дослідженою, питання креативної економіки знайшли відображення у наукових працях Л. Федулової, Л. Антонюк, О. Мельничук, М. Скиби, І. Турського, А. Харламової, С. Ткаленко, І. Олександренко, М. Гнедовського, Є. Зеленцової та інших. Проте недостатньо розкрита роль креативної діяльності як фактора економічного зростання національної економіки та визначено можливі шляхи подальшого розвитку креативних індустрій.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є розкриття теоретичних основ креативної економіки та аналіз особливостей креативного бізнесу в Україні задля формування напрямів його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття креативної економіки є ще досить новим для міжнародної економічної спільноти. Але вже сьогодні ми маємо низку визначень цієї дефініції з багатьох позицій.

Як вважається, першим, хто ретельно дослідив поняття креативності та креативного методу ведення бізнесу, був Дж. Хокінс [1]. Автор на перших сторінках своєї праці стверджує: нас чекає нова економіка – та, що поєднує у собі вже зна-

йоме нам підприємництво і творчість. Така економіка буде синтезом результату дії індивідуальної уяви людини та використання її економічної цінності. Згідно з його думкою, креативна економіка відрізняється від традиційної економіки саме центральною роллю особистості. Ні творчість, ні економіка не є чимось новим у нашому світі, але нове полягає у зміні відносин між ними, а також у тому, як їх поєднання створює виняткову ефективність для людства.

Дж. Хокінс [1] наполягає на тому, що люди з ідеями стають сьогодні набагато привабливішими для бізнесу, аніж ті, що просто вміють працювати з машинами та обладнанням. Він дає визначення творчого продукту як економічного товару або послуги, яка є результатом творчого процесу і володіє економічною цінністю, вартістю. Його визначення креативної економіки таке: це один з перших видів економіки, де першорядним є винахідливість і уява, які впливають на поведінку людей. Це приводить до розвитку нового креативного сектора постіндустріальної економіки. В його основі знаходиться активне використання творчих та інтелектуальних ресурсів людей.

Конференція ООН з торгівлі і розвитку [4] також дає визначення креативної економіки як галузі світової економіки, що швидко розвивається. Вона динамічна в частині генерування доходів, створення робочих місць і розвитку експорту, оскільки менше прив'язана до матеріальних ресурсів. Основою такої економіки стають креативні активи, за рахунок яких відбуваються економічне зростання і розвиток.

Американський економіст Р. Флоріда [2], який відомий завдяки розробкам теорії креативного класу, вкладає дещо інший зміст у поняття креативної економіки. У бестселері «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» вчений виділив новий клас працівників, зайнятих у сфері креативної економіки, – креативний. В основу виявлення специфіки ним залучено ознаку професій, роду занять працівників у креативній індустрії – діяльності, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, та має потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної власності.

Креативні індустрії охоплюють сферу творення та продажу креативних ідей та художніх витворів разом із комерційною, професійною та аматорською [2]. Поняття було введено як визначення специфічного об'єкта державної культурної політики Великобританії в 1998 р. з метою його відмежування від загальної культурної політики. Це прагматичне рішення було зумовлене відмовою від використання в державних документах поняття «культура», яке традиційно асоціюється виключно з класичним мистецтвом, але не з підприємництвом та економікою [5].

Дж. Хокінс [1] виділив п'ятнадцять креативних індустрій, що провадять інтелектуальну власність у вигляді авторських прав, патентів, торговельних марок і оригінальних розробок: реклама, архітектура, мистецтво, ремесло, дизайн, мода, кіноіндустрія, музика, виконавче мистецтво (театр, балет, опера), видавнича справа, НДДКР, програмне забезпечення, іграшки та ігри, телебачення та радіо, відеоігри.

Трудовий підхід поділу Р. Флорида [2] базується на визначенні креативного класу, що складається із двох підкласів: суперкреативного ядра й креативних професіоналів. До суперкреативного ядра ним віднесено професії в таких галузях: програмування, математика, архітектура, інженерна справа, природничі науки, соціальні науки, виховання, бібліотечарська справа, мистецтво, дизайн, розваги, спорт, ЗМІ. До креативних професіоналів віднесено: управлінські професії, професії у сфері бізнесу і фінансів, професії у сфері права, професії у сфері охорони здоров'я (лікарі й технічні фахівці).

Уряд України також на своєму засіданні 24 квітня 2018 р. ухвалив проект розпорядження «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» [6]. Нормативний акт було розроблено Міністерством культури України. Документом було встановлено перелік видів економічної діяльності, що належить до креативних індустрій, відповідно до Національного класифікатора України. Перелік у сфері креативних індустрій розподілено за такими секторами: візуальне, аудіальне, сценічне, аудіовізуальне мистецтво; дизайн; література і видавнича діяль-

ність; нові медіа та ІТ; архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг і PR; бібліотеки, архіви та музеї; народні художні промисли.

Застосування переліку дає змогу ідентифікувати креативні індустрії у структурі національної економіки та створює передумови для отримання загальної статистичної інформації щодо стану креативних індустрій в Україні. Оскільки вже давно встановлено, що креативні індустрії мають позитивний вплив на економічну сферу, інвестиційну діяльність, соціальну інтеграцію, гуманітарну сферу, використання такого переліку уможливить кількісне та якісне розуміння щодо внеску креативних індустрій у національне ВВП, працевлаштування, підприємницьку діяльність, децентралізацію, культурні та освітні процеси.

Для визначення стадії розвитку креативного бізнесу в Україні треба детальніше розглянути статистичні показники та проаналізувати, чого не вистачає національній економіці для покращення сьогоденного результату.

Статистичний сайт Martin Prosperity Institute нещодавно опублікував щорічний рейтинг, який аналізує дані стосовно креативності та креативного класу в регіонах і країнах по всьому світі. Глобальний індекс креативності оцінює країни за трьома ключовими показниками економічного розвитку – технології, таланти і толерантність [8].

У загальному рангу Україна посіла 45 місце (в першу п'ятірку увійшли Австралія, США, Нова Зеландія, Канада та Данія). За показником технологій – 43 місце, що вказує на низький рівень розробок, незважаючи на великий рівень професіоналів в технологічній сфері та сфері досліджень.

Рис. 1. Структура культурних та креативних індустрій станом на 2019 р.

Джерело: розроблене авторами за даними [7]

За фактором таланту ми займаємо 24 місце, переважно через великий показник населення з вищою освітою – майже 80%. Україна посідає 10 місце у світі за кількістю людей з вищою освітою [9]. Індекс толерантності в нас має чи не найнижчу позицію – 105 місце в рейтингу. Між Україною та іншими країнами залишаються значні відмінності, коли йдеться про благополуччя населення. То ж важливо звернути увагу на такі показники як індекс щастя (138 місце) [10], індекс людського розвитку (88 місце) [11], та індекс інноваційного розвитку (47 місце) [12].

Якщо звернути увагу на розвиток креативних індустрій, то згідно останніх даних в Україні майже 17 мільйонів економічно активних громадян, з них 470 00 задіяні саме в сферах креативної економіки. Працівники креативних індустрій складають 2,8% робочого населення і приносять Україні 105 мільярдів гривень, що налічує 4,4% ВВП у 2017 р. (у порівнянні до 2014 року – 4%) [13]. Більшість сфер сьогодні знаходяться в стані зародження, однак вони все частіше звертаються до експорту своєї креативної діяльності.

Найширшим ринком у загальній структурі економіки креативності України є ІТ-послуги. Головним чином це експортні ІТ-компанії і фахівці, що працюють фрілансом. За оцінками представників ІТ-ринку, його обсяг склав від 2,5 до 3 млрд. \$. Згідно з даними, які надала Європейська Бізнес Асоціація, експортне ІТ принесло 5,8 млрд. грн. прямих податків в бюджет, а це на 30% більше, ніж роком раніше [13].

Ще один креативний ринок України – це сфера шоу, концертів та фестивалів. За даними ресурсу з продажу квитків на Karabas.ua кількість таких заходів в Україні зростає вже другий рік поспіль (у 2015 році – на 42%, в 2016 – на 56%). За останні два роки в кілька разів зросла кількість проданих квитків та їх ціна. З'являються все більше масштабних фестивалів, таких як Atlas Weekend, Freedom, що залучає іноземних і вітчизняних музикантів. Україна стає популярною серед світових виконавців. Наприклад, відома американська співачка Майлі Сайрус нещодавно зняла кліп у центрі Києва.

Державна служба статистики України за 2018 р. надає дані з креативної індустрії для аудіовізуальних та пов'язаних із ними послуг. Сюди входять: кінематограф, телебачення, радіомовлення, кіноіндустрія, видавничі та інші виконавські та візуальні мистецтва. За даними Держстату, експорт аудіовізуальних та пов'язаних з ними послуг сягає \$9,1 млн., імпорт — \$5,1 млн. [13]. В Україні нині працюють і випускають фільми п'ять кіностудій – Одеська кіностудія, кіностудія імені О. Довженка, Укртелефільм, Студія «Квартал 95», Film.ua. На американській платформі Netflix з'являється серіал «Слуга народу» для глядачів усього світу [14]. Серіал «Кріпосна» українського виробництва

трансляють у декількох країнах. Останні роки в кінотеатрах ми спостерігаємо набагато більше вітчизняного продукту – кінострічки «Я, ти, він, вона», «Скажене весілля», «Поліна», «Заборонений» та ін. Що не може не тішити, до нашої історії звертаються й іноземні кінорежисери. Так, наприклад, рейтинговий серіал від НВО «Чорнобиль» зробив неймовірну рекламу туристичним компаніям Прип'яті. Незабаром у кіно з'явиться ще одна історія, тісно пов'язана з Україною, – «Гарет Джонс». Зростає і експорт рекламних послуг до 150 млн. дол. на рік [13].

Фото та відеомейкінг поступово стає популярною ланкою для українських творців. Тільки в 2016 році вони завантажили на Depositphotos 1,9 мільйона фотографій, графіки і відео. Загалом на Depositphotos виставляються 8,4 тисячі авторів з України: фотографи, ілюстратори, відеографери. Наші відеомейкери створюють кліпи для Кеті Перрі, а компанія Gloria FX три роки тому здобула нагороду MTV Video Music Awards за роботу над кліпом для гурту Coldplay. Минулого року вийшов 3D-мультфільм «Микита Кожум'яка». Права на його показ було продано більше ніж на десять територій. Нещодавно був у прокаті касовий мультфільм «Викрадена принцеса» [13].

Надзвичайно успішним є ринок дизайну та сфера моди. В Україні останнім часом проходить все більше місцевих показів мод. Причому не тільки в столиці, але і в регіонах. Багато відомих інфлюенсерів, зірок, моделей все частіше з'являються у виробках українських дизайнерів.

Акторка Моніка Белуччі під час однієї зі своїх фотосесій у 2017 році одягла чорну сукню з яскравою червоною вишивкою від українського дизайнера Litkovskaya. Принт вишиванок був на незвичайному піку популярності останні роки серед багатьох іменитих дизайнерів світу. А на фотосесії в честь майбутнього дня народження співачка Мадонна обрала капелюх українського бренду Ruslan Baginskiy для обкладинки Vogue. Королева Йорданії Ранія з'явилася в листопаді 2018 року в світло-блакитному костюмі від українсько-бельгійського бренду FLOW the Label. Британська актриса Тільда Свінтон не раз була на публіці в образах від українського бренду Omelya. Для обкладинки свого синглу Dope американська співачка Леді Гага сфотографувалася в капелюсі від українського дизайнера Ksenia Schnaider. У 2016 році американський Vogue назвав джинси Ksenia Schnaider "найстильнішим вбранням літа". Модель Белла Хадід з'явилася на афтепаті показу Off-White у 2017 році саме в них. Вироби українських дизайнерів продаються майже у 45 країнах світу, не враховуючи набагато більших продажів online.

Проаналізувавши усі показники, можна з'ясувати, якою креативною, багатогранною є наша країна, а її економічний потенціал – безмеж-

Рис. 2. Статистичні показники креативної економіки України за секторами

Джерело: побудовано автором за даними [13]

ний. Ефективна та креативна праця з населенням, медіа та ЗМІ, відомими діячами й урядовцями через засоби культурної та мистецької аналітики створить масштабний прогрес для національної економіки загалом.

Нова економіка майбутнього дає можливість розвивати креативний бізнес у творчих індустріях, залучати митців та креативних особистостей, надаючи робочі місця та створюючи зовсім нові економічні процеси за допомогою інформатизації та комунікації. На думку автора, є декілька кроків для можливого пришвидшення процесу інтеграції креативної економіки в національну економіку України:

- 1) розповсюдження інформації про креативні індустрії та їх вплив на економічну сферу країни;
- 2) розвиток креативного потенціалу населення; підтримка програм креативних міст, креативних кластерів, шкіл та садочків;
- 3) наявність працюючої законодавчої бази задля зародження креативних індустрій та розвитку їхньої діяльності;
- 4) підтримка державного апарату та зацікавленість людей.

Першим кроком для України має стати більша соціалізація та інформатизація суспільства. Багато людей ще досі не мають достатнього досвіду у використанні та впровадженні нових інформаційних технологій у промислові та повсякденні процеси. Лише 55% українців нині користуються смартфонами, і майже 90% – молодь до 30 років. У соціальних мережах наразі зареєстровано близько 25 млн. користувачів, з них активно використовують Facebook – 12 млн., а Instagram – майже 10 млн. Інші приходяться на такі мережі, як Twitter, Youtube, Tumblr та інші [15].

Тож для подальшого розвитку цього процесу, необхідно забезпечити більше розголошення. Популяризувати креативність у таких місцях, як школа, університети, урядові установи, банки, магазини, міський транспорт і зони відпочинку. Задля формування нової моделі культури в населення необхідна ретельна і постійна співпраця з медіа та ЗМІ.

Іншим завданням нині є розвивати креативність людського капіталу. Бо саме креативність та індивідуальність людини у симбіозі можуть породити високоефективне виробництво, дійти до неймовірно важливої ідеї та створити абсолютно новий продукт.

Як зазначають в українському центрі культурних досліджень, креативність є здатністю до творчого (дивергентного) мислення, передумовою створення чогось нового і оригінального. Як власність особистості виявляється в тенденції до вирішення проблем по-новому, новими засобами та методами [5]. В законі України про культуру надано чітке тлумачення поняттю професійного творчого працівника. Це особа, яка провадить творчу діяльність на професійній основі, результатом якої є створення або інтерпретація творів у сфері культури та мистецтва, публічно представляє такі твори на виставках шляхом публікації, сценічного виконання, кіно-, теле-, відеопоказу тощо та/або є членом творчої спілки, та/або має державні нагороди за діяльність у сфері культури та мистецтва [6].

Наступним кроком після визначення важливості креативного робочого класу є увага до використання наявної креативності. Усьому цьому безумовно допомагають кластери та різноманітні об'єднання (коворкінги, бізнес-інкубатори, хаби, лабораторії, майстерні) – це спеціальні бізнес

структури, групи чи творчі центри пов'язаних компаній та інституцій, сконцентрованих в одному місці, успіх яких зумовлений їхньою тісною взаємодією. Їх завданням є надати простір та забезпечити умови для творчої роботи; організувати роботу, в основі якої лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін та навичок для посилення інноваційного потенціалу проекту. А основним середовищем їхньої діяльності є саме культурні та креативні індустрії [5].

Сьогодні за регіонами України вже спостерігаються успішні спроби створити допоміжні кластери (в Одесі, Києві, Львові, Харкові, Івано-Франківську, Запоріжжі) у сферах ІТ, мистецтва, освіти, дизайну. В Україні розвивається мережа ІТ-коворкінгів під брендом iHUB – центри інновацій та підприємництва, що надають доступ до освіти, спільноти, інвесторів та простору для роботи для технологічних компаній у Східній Європі. В Івано-Франківську розробляється концепція перетворення заводу «Промприлад» на хаб творчості та пізнання [16].

Кінцевою ланкою такого креативного суспільства є створення креативних міст – теоретичної концепції побудованої навколо ідеї міської креативності. Це місто, в якому серед населення переважає креативний клас та створена необхідна інфраструктура для його існування та розвитку, де наявна підвищена концентрація культурних та креативних індустрій.

В Україні було проведено порівняльний аналіз центром CEDOS з ініціативи Kyiv Smart City [17]. Вони створили Індекс креативного потенціалу міст України. У дослідженні брали участь Київ, Харків, Дніпро, Львів та Одеса. Найбільш креативним містом України було визнано столицю (табл. 1).

Найважливішим для залучення стратегії нової економіки є закони та правові аспекти. Сьогодні в Україні є закон про культуру, що регламентує важливі для креативної економіки аспекти [6]. Україна є учасником програми ЄС «Креативна Європа», яка дозволяє усім членам та їхнім культурним інституціям приєднатися до європейських професійних мереж, обмінюватися знаннями та навичками, знайомитися та знаходити нових партнерів, інвесторів

і сумісно реалізувати міжнародні проекти. Також ми беремо участь у програмі ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» разом з такими країнами, як Грузія, Молдова, Білорусь, Вірменія та Азербайджан. Вона націлена на підтримку культурних і креативних секторів та на збільшення їхнього внеску в ефективний соціальний, економічний та гуманітарний розвиток. Планом українського уряду є створення до 2020 року Офісу розвитку інновацій, завданням якого буде заохочення до створення інноваційних підприємств, стартапів, подальше фінансування проектів, технічна та організаційна допомога, надання необхідних консультаційних послуг та інше. Нещодавно розроблена Доктрина збалансованого розвитку «Україна-2030» також стверджує, що розвиток креативної економіки є одним із можливих аспектів майбутнього національного добробуту [18].

Але законодавча база та її розвиток все ще знаходяться на відносно низькому рівні порівняно з передовими країнами світу. Україні потрібно швидко оновлювати та опановувати нове, звикаючи до нього. Треба навчати та залучати креативний персонал, створювати умови для технопарків та бізнес-інкубаторів, запроваджувати закони і стежити за їхньою дією.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, дослідивши теоретичні та практичні основи розвитку креативної економіки, можемо стверджувати, що важлива складова частина економіки майбутнього – це економіка креативної діяльності.

Креативність, індивідуальність, неординарність думки, все це – одні з найважливіших навичок для сучасних роботодавців. Генерація ідей, вміння перетворювати їх на інновації стає новим ключем успіху, на відміну від старих часів, коли панувала тяжка праця, невтомний пошук вдосконалення вже наявої технології. Якщо враховувати, що творчий потенціал людини є необмеженим джерелом економічного зростання, то в такому разі економіка, заснована на використанні інтелектуально-креативного потенціалу, не дійде до стану кризи, випереджаючи країни, які не роблять ставки на використання творчого капіталу. Незважаючи на

Таблиця 1

Індекс культурного та креативного потенціалу міст України за 2018 р.

Показники:	Дніпро	Київ	Львів	Одеса	Харків
Культурне життя (інфраструктура, участь в культурному житті міста)	9,03	17,76	22,05	12,00	5,74
Креативна економіка (реклама, архітектура, дизайн, мистецтво, радіо, телебачення, відео та фільми, освіта, книги та ін.)	5,94	19,65	15,99	9,82	10,68
Сприятливі умови (таланті, внутрішні та зовнішні зв'язки, громадська активність, умови для ведення бізнесу, розуміння культурних та креативних активів)	10,78	28,58	24,82	11,38	10,11
Загальне значення:	24,9	65,7	63,6	32,6	26,1

Джерело: складено авторами на основі [17]

те, що промисловий сектор дуже вагомий для України зараз, податкові надходження від якого становлять майже половину усього державного бюджету, доля креативного бізнесу також суттєво впливає на показники нашої ефективності. Сучасні процеси інформатизації та глобалізації потребують швидкого впровадження нових методів виробництва й опанування креативних видів підприємництва.

Обов'язковим для майбутнього розвитку національної економіки, на нашу думку, є збільшення впливу креативних індустрій на ВВП України. Це дасть змогу зарекомендувати нас як модернізовану країну, що здатна розвиватися нарівні з усіма прогресуючими сусідами. Потрібно створювати образ української культури у світі як самодостатньої й оригінальної. Терміново має стати реорганізація фінансування культури, включно зі стимулюванням комерційного сектору креативних індустрій та заохоченням креативного підприємництва в національній економіці. Держава має зробити перегляд закону про експортну торгівлю; закликати іноземних інвесторів до співпраці, створюючи взаємовигідні умови, шляхом покращення законодавчої бази й податкової системи. Потік інвестицій та співпраця забезпечать нові робочі місця.

Українська освіта нині проходить етап оновлення, і це також має стати в нагоді: досвід іноземних країн показує, що креативність починається саме з освіти та повсякденного життя. Тож важливо покращити обізнаність, креативність населення, використовуючи інноваційні методи навчання.

Звичайно, для майбутніх дій потрібно ще багато досліджень у цьому руслі, але тішить те, що вже сьогодні Україна може бачити свій успіх у сфері креативних індустрій. І все це має стати рушійним поштовхом задля подальших перетворень та реформації національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хокінс Д. Креативна економіка. Москва : «Классика-XXI», 2011. 256 с.
2. Флорида Р. Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє. Москва : Класика–21, 2007. 421 с.
3. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2003. 394 с.
4. Creative economy programme. UNCTAD. URL: <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx> (дата звернення: 20.08.2019).
5. Глосарій креативних індустрій. УЦКД. URL: <http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/> (дата звернення: 23.08.2019).
6. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17/ed20180713#n418> (дата звернення: 23.08.2019).

7. Програма ЄС та Східного партнерства. *Культура та креативність*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/> (дата звернення: 24.08.2019).

8. The Global Creativity Index. *Martin Prosperity Institute*. URL: <http://martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015/> (дата звернення: 27.08.2019).

9. Вища освіта в Україні. UKRSTAT. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vysh_osvita/arch_vysh_osvita.htm (дата звернення: 25.08.2019).

10. World Happiness Report, 2018. URL: https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf (дата звернення: 27.08.2019).

11. Індекс людського розвитку, 2018. UA.UNDP. URL: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html> (дата звернення: 27.08.2019).

12. Global Innovation Index, 2018. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator> (дата звернення: 27.08.2019).

13. Бізнес ідеї в Україні. IT Project. URL: https://project.liga.net/projects/just_business/ (дата звернення: 27.08.2019).

14. Нетфлікс купив український серіал. URL: <https://1plus1.ua/sluga-narodu/novyny/netflix-kupiv-ukrainskij-serial-sluga-narodu> (дата звернення: 28.08.2019).

15. Скільки українців не користуються смартфонами? *The Village*. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/283463-skilki-ukrayintsiv-ne-koristuyutsya-smartfonami-doslidzhennya> (дата звернення: 24.08.2019).

16. Розвиток кластеру креативних індустрій в Україні. *Ukraine2030*. URL: <https://www.ukraine2030.org/uk/blog/view/104-Rozvitok-klasteru-kreativnih-industrij-v-Ukrayini> (дата звернення: 25.08.2019).

17. Досвід вимірювання культури та креативності в містах України. *CEDOS*. URL: <https://cedos.org.ua/uk/articles/dosvid-vymiruvannia-kultury-ta-kreatyvnosti-v-mistakh-ukrainy> (дата звернення: 25.08.2019).

18. Доктрина збалансованого розвитку. *Ukraine2030*. URL: <https://www.ukraine2030.org/uk> (дата звернення: 25.08.2019).

REFERENCES:

1. Hawkins J. (2001) *Kreatyvna ekonomika [The creative economy]*. Moscow : Classic-21.
2. Florida R. (2007) *Kreatyvnyi klas: liudy, yaki zminiuiut maibutnie. [Creative class: People who change the future]*. Moscow: Classic-21.
3. Antonyuk L. L., Poruchnik A. M., Savchuk V. S. (2003) *Innovatsii: teoriia, mekhanizm rozrobky ta komertsializatsii. [Innovations: theory, mechanism of elaboration and commercialization]*. Kyiv : KNEU.
4. Creative economy programme. Available at: <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx> (accessed 20 August 2019).
5. Glossary of creative industries. Available at: <http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/> (accessed 23 August 2019).

6. Culture: the Law of Ukraine of 14.12.2010 № 2778-VI. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17/ed20180713#n418> (accessed 23 August 2019).

7. EU and Eastern partnership programme. [Culture and creativity]. Available at: <https://www.culturepartnership.eu/> (accessed 24 August 2019).

8. The Global Creativity Index. [Martin Prosperity Institute]. Available at: <http://martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015/> (accessed 27 August 2019).

9. Education in Ukraine. Available at: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vysh_osvita/arch_vysh_osvita.htm (accessed 25 August 2019).

10. World Happiness Report, 2018. Available at: https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf (accessed 27 August 2019).

11. Human Development Index, 2018. Available at: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html> (accessed 27 August 2019).

12. Global Innovation Index, 2018. Available at: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator> (accessed 27 August 2019).

13. Business ideas in Ukraine. Available at: https://project.liga.net/projects/just_business/ (accessed 27 August 2019).

14. Netflix bought the Ukrainian series. Available at: <https://1plus1.ua/sluga-narodu/novyny/netflix-kupiv-ukrainskij-serial-sluga-narodu> (accessed 28 August 2019).

15. How many Ukrainians do not use smart-phones? Available at: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/283463-skilki-ukrayintsiv-ne-koristuyutsya-smartfonami-doslidzhennya> (accessed 24 August 2019).

16. Development of the cluster of creative industries in Ukraine. Available at: <https://www.ukraine2030.org/uk/blog/view/104-Rozvitok-klasteru-kreativnih-industrij-v-Ukrayini> (accessed 25 August 2019).

17. Experience in measuring culture and creativity in Ukrainian cities. [CEDOS] Available at: <https://cedos.org.ua/uk/articles/dosvid-vymiriuvannia-kultury-ta-kreatyvnosti-v-mistakh-ukrainy> (accessed 25 August 2019).

18. Doctrine of sustainable development. Available at: <https://www.ukraine2030.org/uk> (accessed 25 August 2019).

Venherska NataliaCandidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of International Economic Relations
Zaporizhzhia Polytechnic National University**Budnik Alevtyna**Student
Zaporizhzhia Polytechnic National University**THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF CREATIVE BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE**

The purpose of the article. The Creative Economy today is one of the most easy and possible way for national economy to prosper. Given the theoretical and applied importance of creative economy research, it is still quite debatable issue especially in terms of the informatization and post-industrial development of the modern economic system. There are remains a lot of outstanding questions and challenges for scientists about how to introduce, apply and succeed with creative economy. The definitions given in this article of the creative industries, creative clusters or cities are important for beginners in such an area of discussion. Also there is pointed nowadays situation within creative sector in Ukraine and future prospects.

Methodology. The survey is based on structure of creative economy and the activity of creative industries that has evolved independently of other structures, independently within country under the influence of specific socio-economic environment and economic policy. The results are obtained with the following methods: the system approach in determining of creative economy; the method of analysis in determining the features of creative economy in Ukraine; the method of abstractions in identifying arguments justifying the need to use methods for improving the development of the creative economy in Ukraine.

Results. The objective of the research gives us a variety of different questions we can discuss. Innovative changes at the processes of creation and implementation of the new inventions make it clear that the economy of the future will be effective and creative. Communication, creativity and individuality, all of it now is one of the most important skills for employers. The generation of ideas and turning them into great innovations becomes a new key to success, unlike the old days. As it seemed, mostly national aspects are not analyzed by Ukrainian scientists, so we choose to explore last statistic about people included in creative industries, how much they produce and achieve. We have developed a possible steps to introduce creative economy in Ukraine, like: spread more information about creative industries and their impact on the national economic; develop the creative potential of the nation; support programs of creative cities, creative clusters, schools and kindergartens; establish a working legal framework and assistants centers for the newcomers in creative business; provide government support and people's interest. And at last, we have given some propositions to gain the main aim. It is necessary for the future development of the national economy to increase the influence of creative industries on the GDP of Ukraine. According to this, are important to reorganize the financing of culture sector, including stimulating the commercial sector of creative industries and encouraging creative entrepreneurship in the national economy. All this will allow to establish Ukraine as a modernized country that is able to develop along with all the others countries.

Practical implications. The main focus of our research will be on development of Ukraine creative industries in complex and how it influence on total national economy. Also, we pay a special attention to the extra features of creative economy as a socio-economic phenomenon, which are peculiar to it in terms of the post-industrial development and informatization of the economy. Creative business is a whole new way of entrepreneurship which needs extra evaluation.

Value/originality. In our work we considered the main aspects of creative economy, its evolution, theories and prosperities. Analyzing the creative sector of Ukraine, we considered that our creative business has a working sectors but they are still at the first stage of their development. Creative industries can bring much more money for our national budget if Government will also contribute, like making a development programs, support centers, working laws and good terms for such a business.