

Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт з напрямку
«Актуальні питання співробітництва з Європейським Союзом»

Конкурсна робота на тему
«Розвиток креативної економіки в Україні в контексті євроінтеграційних
процесів»
ШИФР: «СВІДОМЕ МАЙБУТНЄ»

2017 рік

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	5
1.1. Еволюція концепції креативної економіки	5
1.2. Методологічні підходи до оцінки ступеню розвитку креативної економіки	8
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ І МОДЕЛЕЙ ВПРОВАДЖЕННЯ СЕКТОРУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	12
2.1. Масштаб і динаміка розвитку креативної економіки у країнах Європейського Союзу	12
2.2. Методологічні основи становлення та сучасні тенденції розвитку креативної економіки в Україні	15
РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	23
3.1. Моделювання впливу культурних та творчих індустрій на розвиток креативної економіки як сектора економіки в Україні	23
3.2. Формування механізмів регулювання креативної економіки в Україні	26
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
ДОДАТКИ	34

АНОТАЦІЯ

Креативна економіка – це особливий сектор економіки, до якого зараховують різні ринки в залежності від класифікаційних факторів. Але об'єднує усі ринки одна спільна риса – вони базуються на використанні людських знань і умінь у продукуванні нових і креативних продуктів. Продукти креативної економіки – товари та послуги, поява яких неможлива без активного залучення їх творця. Україна ще на початкових етапах розвитку сектору креативної економіки, тому **актуальність** теми дослідження обумовлена необхідністю оцінювання та прогнозів щодо становлення та розвитку креативної економіки в Україні в умовах євроінтеграційних процесів.

Робота присвячена проблемі розвитку креативної економіки, як сектору економіки, в Україні, в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Метою наукової роботи є пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності української креативної економіки на глобальному ринку в контексті євроінтеграційних процесів. **Завдання дослідження** визначені метою: розкрити теоретичні та методологічні основи креативної економіки; проаналізувати та обґрунтувати методи і моделі впровадження сектору креативної економіки; виділити пріоритетні напрями підвищення розвитку української креативної економіки на глобальному ринку.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. У першому розділі висвітлено теоретичні та методологічні концепції розвитку креативної економіки. Другий розділ присвячено аналізу та обґрунтуванню методів і моделей оцінки креативної економіки, як сектору економіки України та Європейського союзу. У третьому розділі представлені пріоритетні напрями підвищення розвитку української креативної економіки на світовому ринку.

При проведенні дослідження були використані наступні **методи**: метод аналізу та обробки інформації, експертний метод та метод моделювання.

ВСТУП

Початок ХХІ століття характеризується розвитком постіндустріального суспільства, в економіці якого переважає інноваційний сектор економіки з високопродуктивною промисловістю та індустрією знань.

Креативна економіка, джерелом поширення якої виступають інтелектуальні ресурси, інновації та глобалізаційні процеси - це один з інтенсивно зростаючих секторів світової економіки не тільки з точки зору отримання доходу, але і створення робочих місць і експортних надходжень. Велика частина світових інтелектуальних і творчих ресурсів зараз інвестується в культуру на основі галузей, чий нематеріальні результати є «реальними» і значними, як і інші галузі промисловості. Людська творчість та інновації є ключовими факторами цих галузей, і стали важелем розвитку у ХХІ столітті. Україна тільки починає розвивати креативну економіку, як сектор економіки. Тому **актуальність** теми дослідження обумовлена необхідністю оцінювання та прогнозів щодо становлення та розвитку креативної економіки в Україні.

Об'єкт дослідження – моделювання впливу креативної економіки на розвиток економіки України. **Предметом дослідження** виступає сектор креативної економіки України.

Питання щодо економічної ефективності культури та креативу розглянуті в роботах багатьох вчених, як вітчизняних, так і зарубіжних: Р. Флорида, Дж. Ведермеєра, Г. Еванса, В. Плотникова, О. Дорошенко, М. Б. Гнедовського, В. Бесєдіна, С. Дорогунцова, Ф. Заставного, В. Куценко, І. Лукінова, В. І. Пили, В. Столярова, Л. Антошкіна, В. Білошапки, О. Мельнікова, М. Хеммерта, Т. Туєна, В. Чала та інших.

Наукова новизна роботи полягає в розробці моделі оцінки розвитку української креативної економіки та в пошуку пріоритетних напрямів підвищення розвитку української креативної економіки на глобальному ринку.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Еволюція концепції креативної економіки

Креативна економіка – це особливий сектор економіки, що базується на інтелектуальній діяльності людини, його основними характеристиками є:

- висока участь нових технологій в різних областях діяльності людини;
- високий рівень невизначеності;
- великий обсяг вже існуючих знань і гостра необхідність генерації нових знань. [1]

Поняття «креативна економіка» вперше було введено в обіг журналом Business Week в серпні 2002 року в статті «THE 21ST CENTURY CORPORATION: The Creative Economy». У ній автор розмірковує про те, що чекає корпорації в двадцять першому столітті, як будуть вони адаптуватися до умов нової економіки, де все більше і більше зростає важливість ідей, а основним засобом виробництва стають інтелектуальні ресурси. [2]

Дослідженню особливостей та специфіки креативних індустрій присвячували свої праці Д. Тросбі, Дж. О'Коннор, Дж. Хартлі, Е. Зеленцова, Н. Гладких, І. Мацевіч. Як основу креативної економіки розглядають креативні індустрії такі науковці як Дж. Хокінс, Е. Пратт, Р. Флоріда, Т. Флемінг.

Визначенню практичної ролі креативних індустрій та їх впливу на підвищення соціально-економічного становища регіонів присвячували свої праці Ч. Лендрі, П. Лінднер, А. Скотт, П. Холл. [10]

Вже сьогодні в розвинених країнах креативність стає джерелом економічної цінності. Інтелектуальна власність приходить на зміну таким традиційним ресурсам, як земля, робоча сила, капітал.

На шляху креативного розвитку сьогодні знаходяться США, Японія, Південна Корея. Спрямовують ресурси в розвиток даного напрямку країни ЄС та Китай.

Міністерство по Культурі, Інформації та Спорту Сполученого Королівства визначило «креативні галузі» як сфери, основою яких є особисті творчі здібності, навички і таланти і у яких є можливості по збільшенню добробуту і кількості робочих місць за допомогою створення і використання інтелектуальної власності (рис.1.2.). [3]

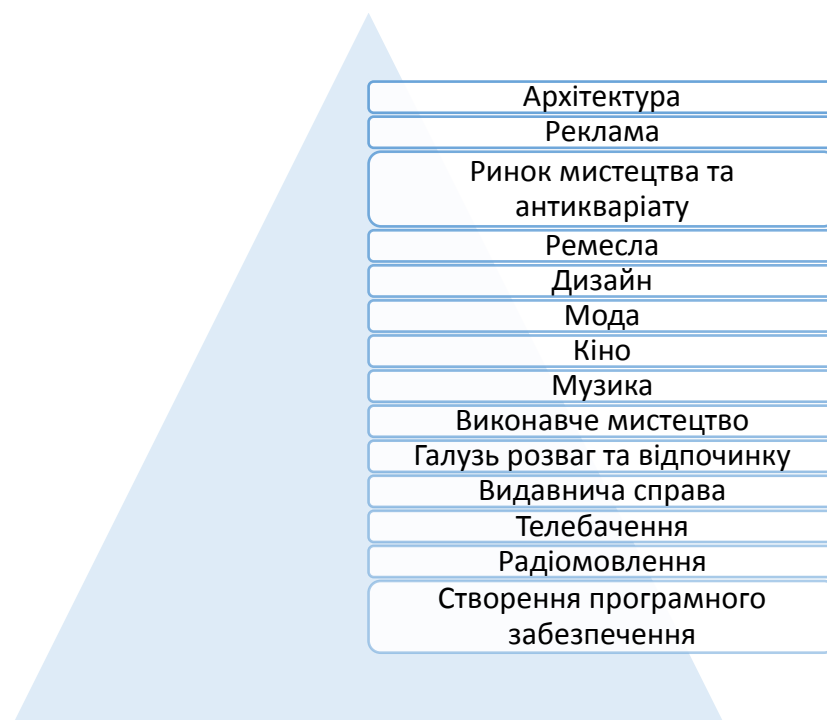


Рис.1.1. Класифікація креативних галузей Міністерства по Культурі, Інформації та Спорту Сполученого Королівства.

Джерело складено автором самостійно на основі [3]

З моменту появи розуміння креативної економіки, як окремого сектору економіки було розроблено окремі моделі класифікації культурних та креативних індустрій, проте найбільш затребуваною сьогодні є модель, розроблена UNCTAD, в якій виділяють чотири групи та дев'ять підгруп креативних індустрій:

1. Культурна спадщина: традиційна культура (ремесла, фестивалі тощо); культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки, місця розкопок тощо).

2. Мистецтво: образотворче мистецтво (скульптура, фотографія тощо); виконавче мистецтво (вокал, драматичне мистецтво тощо).

3. Медіа: публікації та видавництво; аудіовізуальні твори (фільми, телебачення, радіомовлення); нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо).

4. Функціональний креатив: дизайн (архітектура, іграшки, ювелірні вироби); креативні послуги (реклама, цифрові й культурні послуги). [4]

Креативна економіка не може існувати без креативного суспільства. У розвитку креативного суспільства головну роль відіграють нові ідеї та інновації, а його об'єктами стають такі сфери як: економіка, наука, техніка, політика, соціальна сфера, регіональний розвиток, галузі, підприємства, товари, технології, освіта, культура, мистецтво, спорт та ін.

Як показує досвід розвинених країн (США, Японії, Швеції, Німеччини та інших) основними характеристиками креативного суспільства є:

1. Наявність креативного класу, тобто люди які займаються інноваційними розробками в різних областях (вчені, інженери, викладачі ВНЗ, архітектори, дизайнери, письменники, журналісти та ін.).

2. Систематичне інвестування в інновації в різних сферах (економіка, наука, техніка, соціальна сфера, політика, культура та ін.);

3. Зростання практичної віддачі від витрат на інновації;

4. Збільшення кількості професіоналів, зайнятих креативною роботою в різних областях;

5. Розвиток венчурного капіталу;

6. Розвиток інноваційних інфраструктур (технопарки, інноваційно-технологічні центри і комплекси, інноваційні венчурні фірми, бізнес-інкубатори). [5]

Основними факторами зростання креативної економіки є людський потенціал, внутрішній попит, інновації, інвестиції; факторами що забезпечують є ефективний креативний, інноваційний, інвестиційний, виробничий і соціальний менеджмент; додатковим фактором є зовнішній попит.

Ознаками креативної економіки є безперервний інноваційний розвиток, велика роль людського капіталу в інноваційному розвитку країни; інвестиції в нові товари, послуги, технології, в розвиток людського капіталу; велика частка наукомісткої продукції в ВВП; конкуренція на основі інновацій; спеціалізація і кооперація в області інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів; створення комплексів виробництв мають міжгалузевий і глобальний характер; висока наукоємність виробництва і високий рівень професійної підготовки працівників, захист об'єктів інтелектуальної власності. [5]

Отже, креативна економіка в сучасному світі це один з найбільш швидкозростаючих секторів світової економіки. Велика частина світових інтелектуальних і творчих ресурсів зараз інвестується в культуру на основі галузей, чий нематеріальні результати є «реальними» і значними, як і інші галузі промисловості. Людська творчість та інновації, на індивідуальному і груповому рівнях, є ключовими факторами цих галузей, і стали важелем розвитку у ХХІ столітті.

1.2. Методологічні підходи до оцінки ступеню розвитку креативної економіки

Сьогодні сектор економіки – креативна економіка, є відносно новим, але він дуже стрімко розвивається у всьому світі. Креативність розглядають з декількох сторін (рис.1.2.):

Мистецька	• Визначає вміння використовувати свою фантазію та якісь творчі здібності для створення чогось нового і креативного
Наукова	• Передбачає вміння вирішувати питання та проводити експерименти використовуючи нові підходи
Економічна	• Допомогає покращити конкурентоспроможність країни на національному та міжнародному рівні

Рис.1.2. Критерії оцінки результатів функціонування галузей що відносяться до креативної економіки.

Джерело: складено автором самостійно на основі [9]

Враховуючи особливості українського господарства та виходячи з класифікації видів економічної діяльності доцільно розглядати креативні галузі в аспекті, що дозволить комплексно оцінити їх як основу креативної економіки та визначити вплив на регіональний розвиток. Систему галузей креативної економіки представляють не лише сфери діяльності засновані на культурних традиціях та надбаннях, а й високотехнологічні індустрії, розвиток яких обумовлений стрімким поширенням інноваційних та комунікаційних технологій. Розвиток таких креативних індустрій стає важливою основою інноваційно-креативного та науково-технічного розвитку країни та регіонів зокрема.

Створення системи розвитку та сприяння впровадження технологічних можливостей та інновацій, разом із новітніми та креативними підходами до вирішення поставлених завдань, надає товарам і послугам креативної економіки особливих характеристик, формує імідж регіональних територіальних систем, які активно використовують такі технології, забезпечує конкурентоспроможність креативних товарів на міжнародному ринку. Спираючись на міжнародний досвід класифікації креативних сфер виділяють основні характерні особливості індустрій, які дають їм право називатися креативними: культурна різноманітність; інноваційність; підвищення ролі людського капіталу; використання інтелектуального капіталу як «первинного вкладу»; гнучкість в ухваленні рішень; індивідуальний підхід до створення креативних продуктів; висока наукомісткість виробництва; захист інтелектуальної власності; участь креативних товарів у міжнародній торгівлі; тісний взаємозв'язок мистецтва та бізнесу.

Тому, креативні індустрії можемо визначити як сфери діяльності, в яких тісно пов'язуються мистецтво, культура, інновації та бізнес, та які засновані

на використанні творчого потенціалу людини, та підсилені розвитком новітніх інформаційних та комунікаційних технологій.

Виходячи з вищевикладеного, до складу креативних індустрій відносять сфери креативної діяльності, згруповані у 4 блоки: індустрії культурної спадщини, індустрії традиційного мистецтва, індустрії творчих послуг, індустрії інноваційно-креативних послуг. [10]

Методологія, за якою оцінюють результати функціонування галузей, що входять до сектору креативної економіки, ще остаточно не сформована, але американський економіст та автор теорії креативного класу Річард Флоріда створив модель «трьох Т» (рис.1.3.), яка сьогодні використовується за основу розрахунку Глобального індексу креативності країн. Дані в цьому звіті охоплюють 139 країн, іноді використовуються різні роки для різних змінних та середні показники залежно від наявності даних.

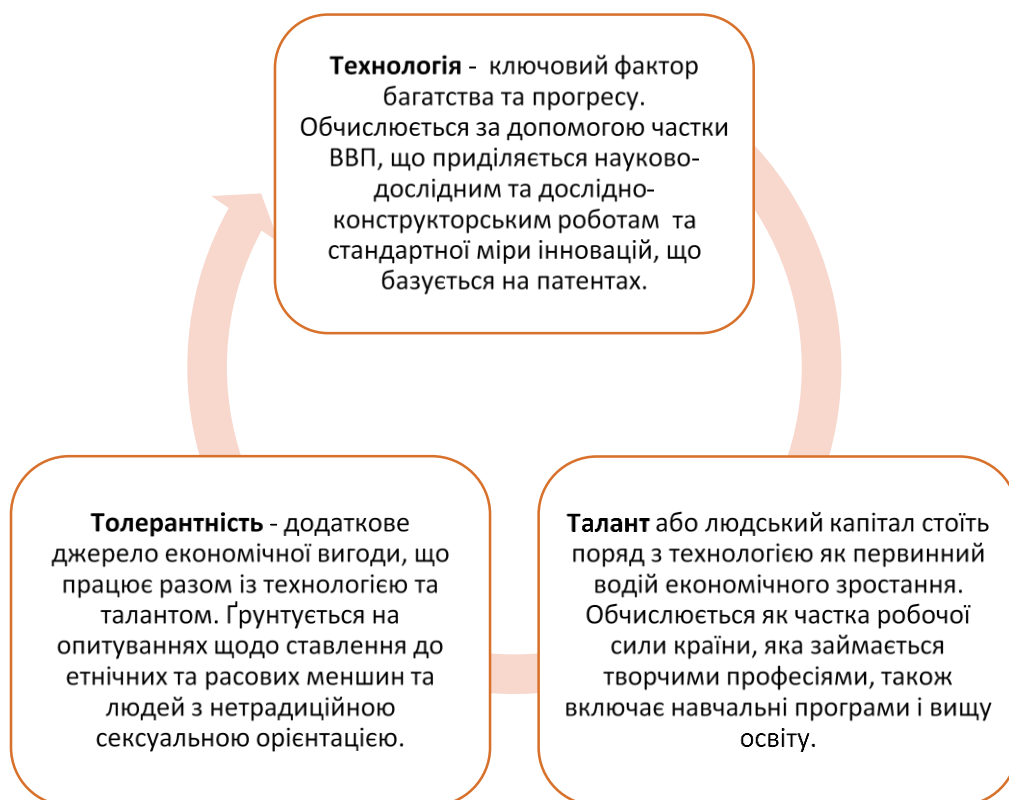


Рис.1.3. Складові моделі «трьох Т» Річарда Флоріда.

Джерело складено автором самостійно на основі [17].

Звіт Глобального індексу креативності складається з двох основних частин. Перша частина представляє рейтинги націй по кожній з «трьох Т». Потім поєднуються індивідуальні оцінки з загальним рейтингом за Глобальним індексом творчості. У другій частині розглядаються зв'язки між Глобальним індексом творчості та більш широкими заходами економічного розвитку, конкурентоспроможності та процвітання. [17]

Отже, на сьогоднішній день, досі не сформована остаточно методологія оцінки функціонування та розвитку креативної економіки, як сектору економіки, але вже чітко визначені креативні галузі, які впливають на розвиток цього сектору, і стають важливою основою інноваційно-креативного та науково-технічного розвитку країн та регіонів, та розроблена модель розрахунку Глобального індексу креативності країн. Тому для оцінки розвитку креативної економіки, доцільно оцінювати або креативні галузі, для подальшого моделювання розвитку, або використовувати методологію розрахунку Глобального індексу креативності. Але, насамперед країнам необхідно вести статистичні данні враховуючі усі ринки сектору креативної економіки, для подальшого їх використання в оцінці функціонування та розвитку креативної економіки.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СЕКТОРУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Масштаб і динаміка розвитку креативної економіки у країнах Європейського Союзу

Креативна економіка є одним із динамічних секторів світової економіки і драйвером економічного розвитку в деяких країнах світу. Європа залишається законодавцем креативності на світовій арені, у першу чергу завдяки Великобританії - перша країна, де була організованість в процесах і політика щодо креативної економіки, яка з'явилась на рівні урядового документу. [4]

Культуру та креативність країн ЄС вважають дуже перспективною, оскільки на її теренах функціонує другий за величиною ринок креативної економіки, який поступається лише ринку Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Дохід від функціонування креативних індустрій європейських країн перевищує 700 млрд. дол. США, що становить 32% від світових доходів креативного сектору. Відтак, з боку головних органів ЄС та національних урядів останнім часом спостерігається велика зацікавленість у розвитку креативних і культурних індустрій. [11]

Культура і творчий сектор визнані джерелами економічного зростання, порозуміння і діалогу в суспільстві, а також одним із ключових елементів механізму підвищення ефективності соціально-економічної політики ЄС. Цей факт був врахований при формуванні стратегії соціально-економічного розвитку ЄС на період до 2020 року «Європа 2020», прийнятої Європейською Радою навесні 2010 року, та Резолюції Європейського парламенту «Про сприяння розвитку культурних та креативних індустрій Європи як джерела економічного зростання та зайнятості». [9]

На креативну економіку в ЄС спрямована значна державна підтримка, яка проявляється через закупівельну активність, реалізацію фінансових та податкових пільг, субсидювання та сприяння зайнятості населення в даному секторі. Так, у 2013 році, уряди країн ЄС виділили майже 68,6 млрд. дол. США на культурні послуги [12].

Важливість інвестицій у креативні і культурні індустрії підкреслює рамковий документ – програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахований на 2014-2020 рр. Програма спрямована на підтримку європейського кіно, культури та креативного сектору, що надає їм можливість збільшити контрибуцію у зайнятості населення та економічне зростання. Підтримуючи європейську культурну активність та пошук нових аудиторій в інших країнах, програма сприяє збереженню культурного і лінгвістичного розмаїття, оскільки, на відміну від попередніх культурно-гуманітарних проектів Європейської Комісії, передбачає участь країн, які не є членами ЄС, а саме Норвегії, Ісландії, Боснії і Герцеговини, Республіки Македонії, Сербії, Чорногорії, України, Туреччини і Грузії [13]. Бюджет програми на цей період становить 1,46 млрд. євро. Платформою регіональних та національних розробників стратегії розвитку креативних індустрій та підтримки бізнесу у цьому секторі є Європейський альянс креативних індустрій (European Creative Industries Alliance – ECIA), заснований у 2011 р.

За останні роки внесок креативних і культурних індустрій в економічний розвиток характеризується значним спадом у всіх основних галузях за винятком телемовлення і кіноіндустрії; на противагу, інформаційні галузі означилися піднесенням, здебільшого, за рахунок веб розробок, програмного забезпечення, програмування (рис.2.1.). [9]

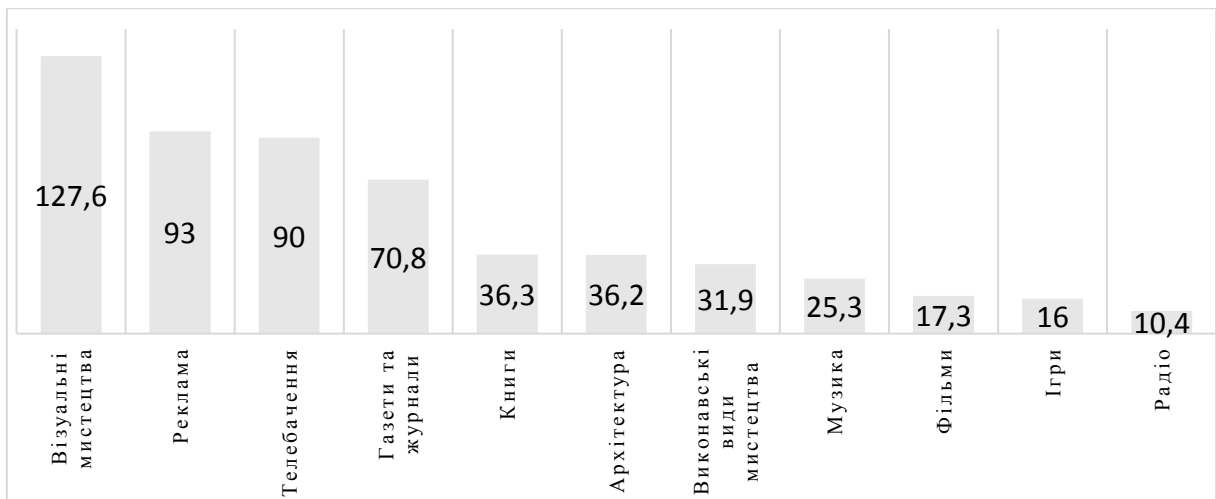


Рис.2.1. Креативні і культурні індустрії в країнах Європи, по галузях у 2014 році (обіг в млрд. євро)

Джерело[12]

В 2015 р. Європейський Союз зайняв лідируючу позицію по продажах реклами, яка склала половину світового доходу рекламного сектору. Візуальне мистецтво та телемовлення закривають трійку найуспішніших європейських креативних індустрій [12]. Також економіки ЄС характеризуються потужним виробництвом книжок, реалізація яких у 2015 р. становила майже 2/5 (52,5 млрд. дол. США) світових доходів книжкового сектору.

Станом на 2015 р. у межах креативних і культурних індустрій понад 7 млн. осіб забезпечено робочими місцями, що, у свою чергу, охоплює 3,3% активного населення Європи. Найбільша кількість зайнятих креативною діяльністю прослідковується у музичній сфері (1,289 млн. осіб), у сценічному мистецтві (1,183 млн. осіб) та в рекламній індустрії (1,028 млн. осіб). Протягом 2000-2007 рр. середній приріст зайнятості в креативних і культурних індустріях становив 3,5%, в той час, яку у 2015 р. середній приріст в інших економічних галузях, що розвиваються, склав лише 1%. Більше того, за умов хронічного скорочення кількості зайнятих робочих місць в Європі протягом 2008- 2012 рр., кількість осіб, зайнятих в креативному секторі, щорічно зростала на 0,7% (рис.2.2.). [14]

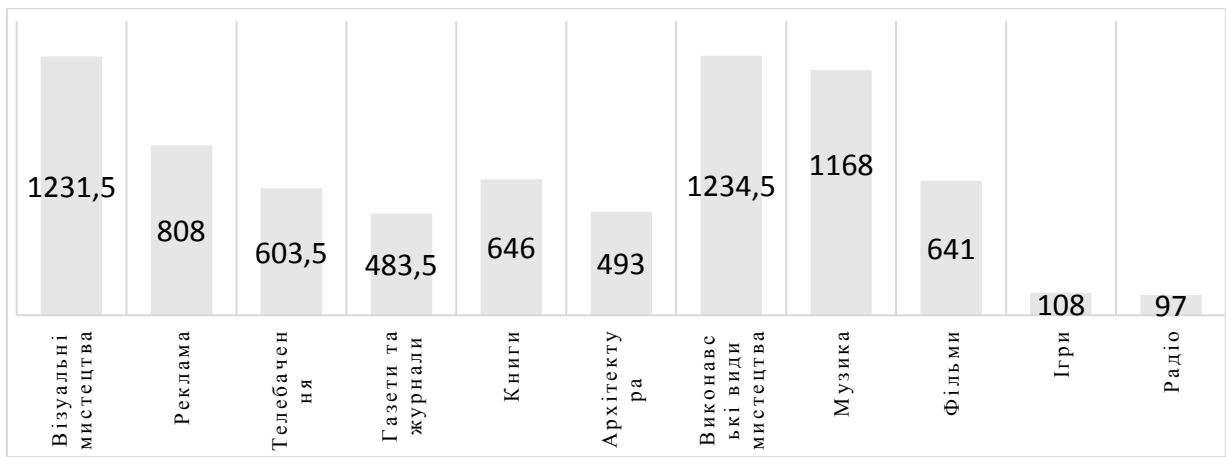


Рис.2.2. Зайнятість у креативній економіці в країнах Європи, по галузях у 2014 році, тис. осіб

Джерело[12]

Отже, країни Європейського Союзу плідно працюють над розвитком креативної економіки, через вдосконалення трудової та податкової політики, формування взаємодії усіх секторів економіки з креативною індустрією, подолання бар'єру в комунікаціях між громадськістю та органами влади. Але вже сьогодні, завдяки показникам результативності функціонування креативних індустрій в Європі, можемо побачити розвиток творчих та культурних індустрій: економічна ефективність цих галузей приносить дохід у розмірі 709 млрд. дол. США та забезпечує робочими місцями 7,7 млн. осіб.

2.2. Методологічні основи становлення та сучасні тенденції розвитку креативної економіки в Україні

На сьогоднішній день Україна знаходиться на шляху реформування соціально-економічної політики. Наша держава багата на природні ресурси і корисні копалини, а також має потужний людський капітал (інтелект нації). Втім, ускладнена внутрішня ситуація і постійний зовнішній тиск стимулюють пошуки нових джерел економічного зростання і продуктивності.

Україна залишається осередком національної самобутності та унікальності завдяки традиціям та історичним подіям міжнародного значення, динамічній культурі і людям різних національностей, що в сукупності забезпечує її сталі переваги та відчуття натхнення і спритності для посилення економічного зростання в найближчому майбутньому. Відтак, в Україні є значний потенціал для розвитку як креативних індустрій, так і стимулювання креативних проектів в інших галузях економіки. [6]

Україна – це відносно ізольований та невеликий ринок порівняно з ринками Європи, Північної Америки чи Австралії, а тому економічний вплив креативних індустрій є дуже незначним. В Україні всього 16,9 млн. економічно активних громадян. У 2016 році у сфері креативної економіки, за оцінкою експертів, працювало приблизно 470 тисяч, це 2,8 % працюючого населення. Вони принесли країні близько 105 млрд. гривень, це приблизно 4,4 % ВВП. Для порівняння, у Великобританії станом на 2016 рік у сфері креативної економіки працювало приблизно 6 % від усіх працевлаштованих. А заробили вони в 2016 році приблизно 80 млрд. фунтів.

Необхідно відзначити, що в Україні все ж робляться перші кроки на державному рівні з метою покращення середовища для розвитку креативних індустрій. До таких можемо віднести ухвалення Верховною Радою України законопроект № 4496 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг)» з метою сприяння українським ІТ-фахівцям, креативним індустріям і всім, хто надає інтелектуальні послуги, щоб ліквідувати штучний валютний контроль, який сьогодні не працює, а створює штучні регуляторні бар'єри. [7]

Внутрішні позитивні тенденції вплинули і на окреслення сприятливого зовнішнього іміджу: позиція України на міжнародній арені доволі стійка і висока. Відповідно до Глобального індексу креативності (Global Creativity Index) Україна у 2015 р. посіла 45 місце у рейтингу зі 139 держав світу, з індексом 0.518. Технології забезпечили їй 43 позицію, талант – 24 і толерантність – аж 105. [8]

Варто наголосити, що достатньо високій позиції за індексом таланту, Україна розташувалась завдяки високому рівню освіти населення і відносно великій частці креативного класу (29,75%). [6]

Отже, Україна має багато талановитих людей, підприємств і громад з культурним бекграундом, які є носіями творчих ідей, а, оскільки креативна економіка будується на індивідуальній творчості, то потенціал для розвитку у країні є.

З методологічної точки зору, в Україні недостатньо розвинута національна статистична база у сфері креативних індустрій, вона потребує значного вдосконалення й узгодження того, що таке креативний сектор в нашій країні, які індикатори – коди, за якими система статистики відстежує кількість гравців, робочих місць, обсяги ВВП, вивчає вплив на інші сектори, тобто ті важливі показники, які дають розуміння, як управляти процесом. Поточна національна статистична система не забезпечує потрібної інформації і даних про стан та розвиток підприємств креативного сектору, а індикатори, якими зазвичай оперують, зафіксовані міжнародними організаціями. [6]

Тому, аналізуючи креативну економіку, як сферу, в Україні необхідно опиратися на оцінку експертів, або розглядати окремо креативні галузі, та показники які впливають на них (рис.2.3.).

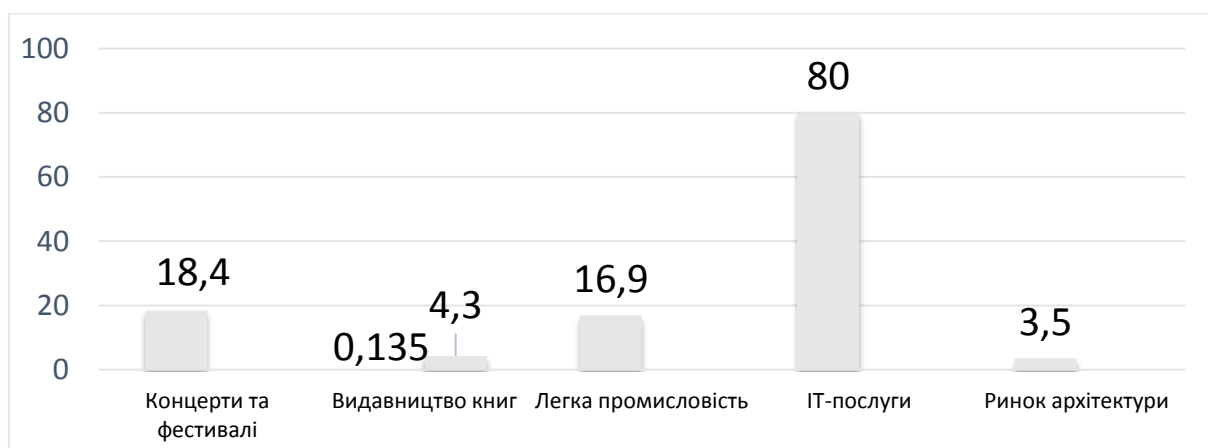


Рис.2.3. Креативні і культурні індустрії в Україні, по галузях у 2016 році (обіг в млрд. гривень)

Джерело: складено автором самостійно

Найбільшим ринком в структурі креативної економіки як в Україні так і у всьому світі, є ІТ-послуги. У більшості випадків до цього сектору належать фахівці, що працюють на закордонних замовників, та ІТ-компанії. Нажаль, в цьому секторі Україна не має статистичних даних та точних показників. За оцінками представників ІТ-ринку, в 2016 році його обсяг склав від 2,5 до 3 млрд. доларів. - це близько 3,3 % ВВП України. Згідно з даними Європейської Бізнес Асоціації, експортне ІТ принесло Україні в 2016 році - 5,8 млрд. гривень прямих податків до бюджету, це на 30 % більше, ніж у 2015 році.

Обсяг ринку архітектури можна вирахувати використовуючи данні Державної статистичної служби України [15], в 2016 році в Україні було виконано будівельних робіт на 73 млрд. гривень. До 5 % в будівельних проектах найчастіше займають витрати на проектування та архітектуру. В Україні ринок архітектури становить близько 3,5 млрд. гривень.

Ще одним ринком є послуги дизайну в сфері моди. До недавнього часу майже 90% виробництва українських фабрик, йшло на імпорт, але зараз це співвідношення змінюється на користь внутрішнього ринку [18]. За даними Державної служби статистики України, обсяг ринку української легкої промисловості в 2016 році склав 16,9 млрд. гривень реалізованих товарів [15].

Видавництво книг - ще одна галузь креативної економіки. Генеральний директор харківського видавництва "Фоліо" Олександр Красовицький сьогодні оцінює цей ринок в 4,3 млрд. гривень. Незважаючи на заборону ввезення комерційних партій російських книг, половину цього ринку все одно складає російська література. Припускають, що зі всього ринку видавництва книг, творчість українських письменників становить 135 млн. гривень [18].

Одним з найбільш креативних ринків України є сфера концертів і фестивалів. За даними сайту Karabas.ua - ресурсу з продажу квитків, кількість таких заходів, проданих квитків та їх ціна в Україні зростає з кожним роком. Обсяг онлайн-ринку квитків Karabas не розкриває. Але, якщо проаналізувати дані Української асоціації за 2013 рік та врахувати падіння продажів в 2014

році і наступні темпи зростання, то припускають, що сьогодні обсяг наблизиться до 680 млн. гривень за 2016 рік.

Що стосується кількості фахівців, які працюють у сфері креативної економіки (рис. 2.4.), за даними Мінрегіонбуду, в нашій країні налічується 3,7 тисячі сертифікованих архітекторів. До кінця 2016 року кількість ІТ фахівців в Україні склала 100 000 осіб. За оцінкою різних аналітиків до 2020 року це число збільшиться до 140-150 тис. осіб. Багатогалузевий комплекс української легкої промисловості налічує 4,5 тисячі підприємств, це близько 150 000 робочих місць. Серед них лише невеликий відсоток фабрик і дизайнерів зайняті в сфері виготовлення ексклюзивних і авторських колекцій. Лише 12-17% українського ринку легкої промисловості - це дизайнерські продукти (як масові, так і ексклюзивні). У книжковій індустрії, за приблизними оцінками аналітиків, зайнято до 10 000 чоловік.

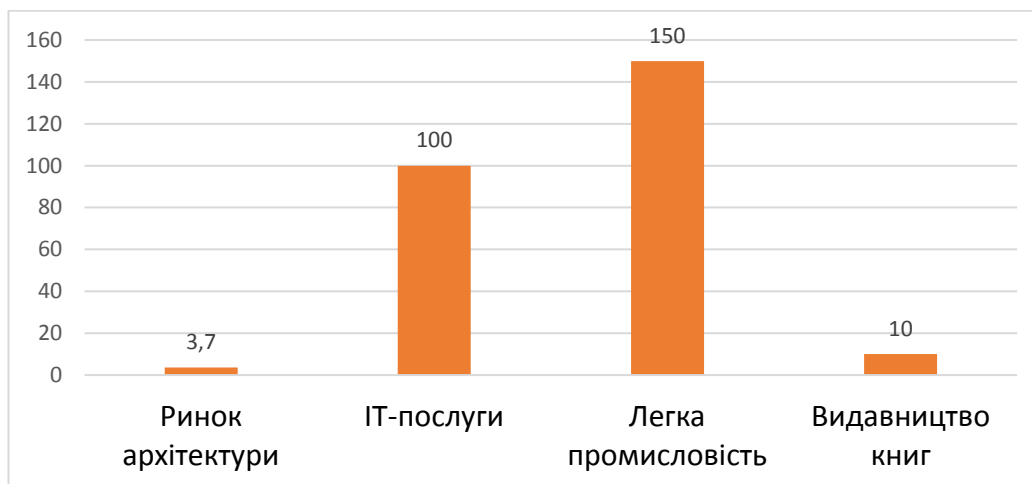


Рис. 2.4. Кількість фахівців, які працюють з сфері креативної економіки в Україні, у 2016 році, тис. осіб

Джерело: складено автором самостійно

Якщо розглядати окремо креативні галузі, то показники, які впливають на них, використовуючи тільки дані Державної служби статистики України, перш за все необхідно брати до уваги сферу культуру, основою якої є випуск книг та брошур (рис. 2.5), та кількість концертних організацій (рис. 2.6). На рисунках виділяється майже однакова тенденція до зменшення одиниць у 2014 році, це пов'язано з тим, що саме з 2014 р. у статистиці не враховується

тимчасово окупована територія Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції, але вже з 2015 року прослідковується подальший тренд на поступове повернення попередніх показників.

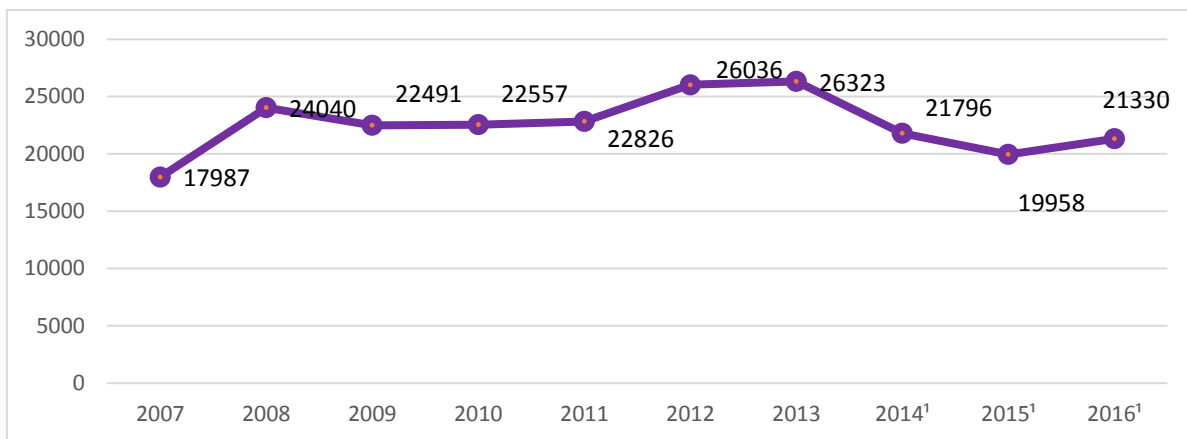


Рис.2.5. Кількість книг і брошур, друкованих одиниць

Джерело складено автором самостійно на основі [15].

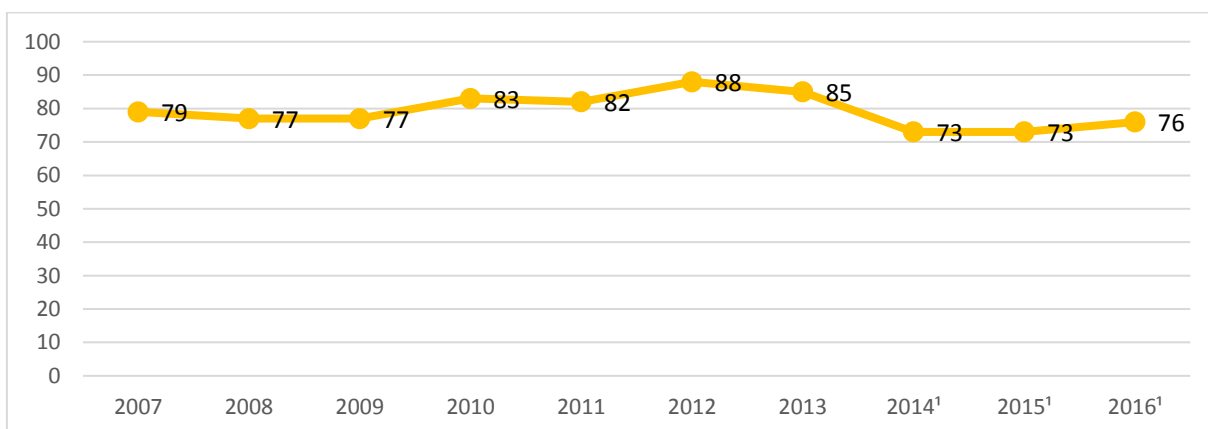


Рис.2.6. Кількість концертних організацій, одиниць

Джерело складено автором самостійно на основі [15].

Також, великий вплив на розвиток креативної економіки мають освіта, наука, технології та інновації. Розглядаючи окремо кожну з них, можемо виділити такі основні показники як:

- Спостерігається тенденція скорочення вищих навчальних закладів в Україні у зв'язку з процесами реформування вищої освіти і проведенням антитерористичної операції на сході України (рис.2.7.).

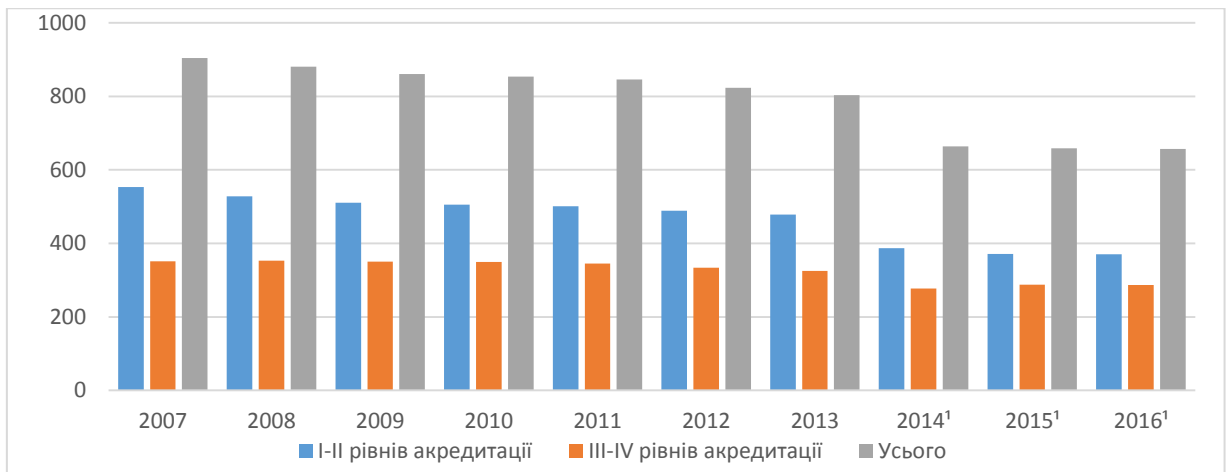


Рис.2.7. Кількість вищих навчальних закладів, одиниць

Джерело складено автором самостійно на основі [15].

- Що стосується інноваційної активності, за останні 2 роки значно зросла питома вага підприємств, що впроваджували інновації, у 2016 році – 16,6%, в той час коли в 2014 році цей показник досягав – 12,1%. Усього за 10 років показник збільшився на 5,1% (рис.2.8.).

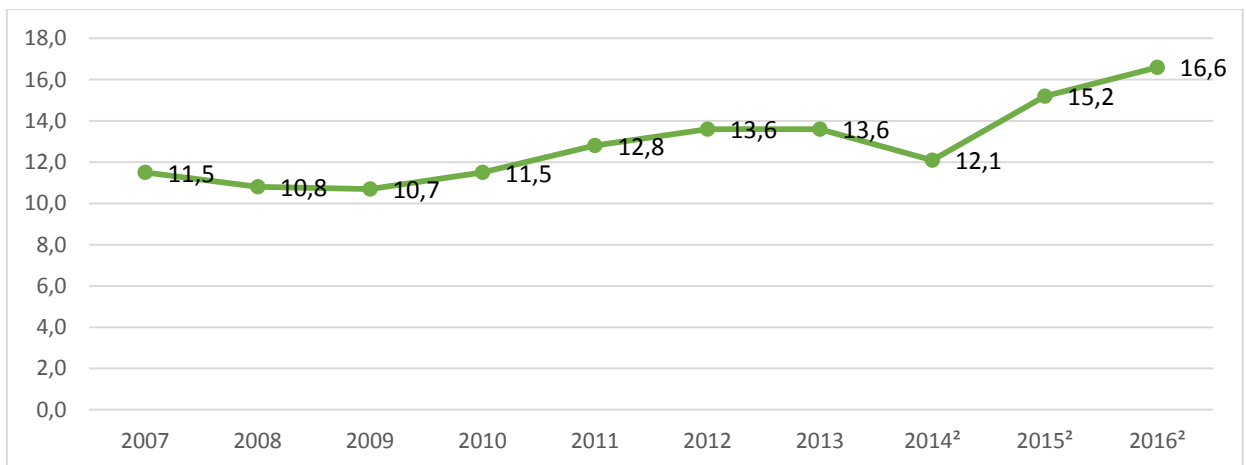


Рис.2.8. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %

Джерело складено автором самостійно на основі [15].

- Загальна сума витрат на інновації виросла за 2016 рік на 9415,8 млн. гривень, найбільша кількість витрат на інновації за останні 10 років спостерігалась саме у 2016 році – 23229,5 млн. гривень, а найменша у 2014 – 7695,9 млн. гривень, коли розпочалися бойові дії на території України, різниця між цими показниками становить 33%.(рис.2.9).

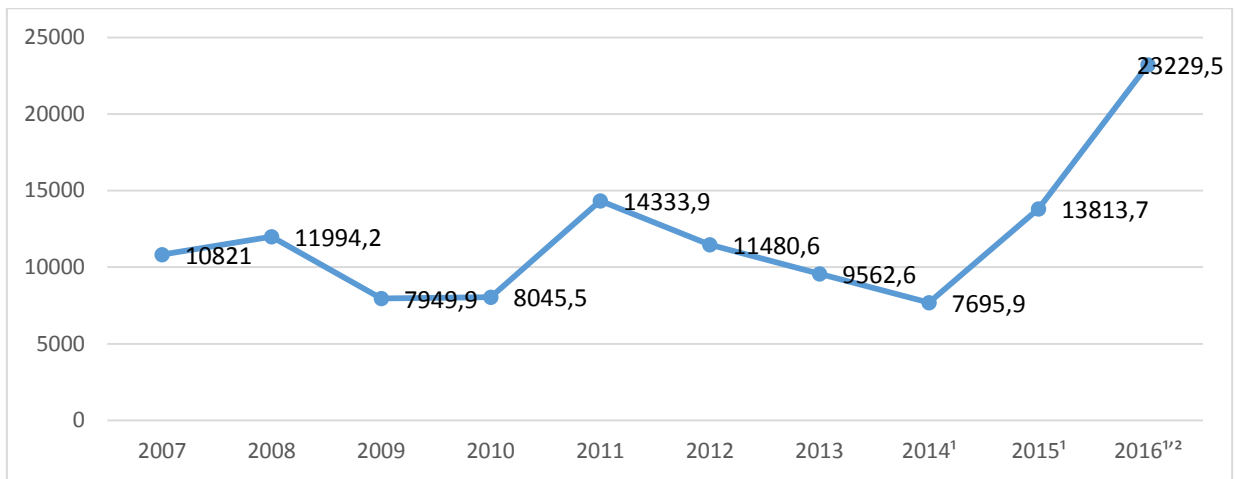


Рис.2.9. Загальна сума витрат на інновації, млн. гривень.

Джерело складено автором самотійно на основі [15].

Варто зазначити, що також на розвиток креативної економіки впливають ринок архітектури, ІТ-послуги, послуги дизайну в сфері моди, але Державна служба статистики України не містить повну інформацію з розвитку даних галузей.

Отже, все вищезазначене означає, що сектор креативної економіки в Україні перебуває ще в стані розвитку, та показує незначні результати, в порівнянні з країнами Європейського Союзу. Але потенціал у нашої країни дуже великий, з кожним роком ми бачимо тенденції зростання креативних галузей, проте вони потребують державних стимулів в тому числі. Насамперед, необхідно удосконалити перелік статистичних даних, враховуючі усі ринки сектору креативної економіки, та постійно працювати над їх удосконаленням. Є важливим формування взаємодії усіх секторів економіки з креативною індустрією, впровадження дослідження у сфері культури, скорочення бар'єрів в комунікаціях між представниками креативних індустрій та органами влади. Таким чином, в Україні зможемо побудувати майбутнє, де інновації та творчий підхід стануть вирішальними компонентами економічного розвитку.

РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

1.1. Моделювання впливу культурних та творчих індустрій на розвиток креативної економіки як сектора економіки в Україні

Глобальні інтеграційні процеси охопили майже всі сфери життєдіяльності людини, світовий економічний розвиток набув нових рис і тепер в розвинених країнах та більшості країн, що розвиваються, на зміну традиційним виробництвам, під впливом прискореного розвитку технологій, прийшла епоха сфери послуг та інновацій.

Україна ще на шляху вибору напрямку розвитку, тому постає питання, як вписати творчі індустрії в економічний ландшафт нашої країни, і які саме креативні галузі найбільш впливають на ВВП України (рис.3.1.).

За допомогою регресійного аналізу та на основі даних Державної служби статистики України, проведемо дослідження пошуку взаємозв'язків між окремими складовими креативної економіки та ВВП на душу населення.

Таблиця 3.1. Показники для регресійного аналізу

		2007	2008	2009	2010	2011	20012	20013	2014	2015	2016
ВВП на душу населення	Y	142,7	180	117,2	136	163,2	175,8	183,3	133,5	91,03	93,27
Кількість друкованих книг і брошур	X ₁	17987	24040	22491	22557	22826	26036	26323	21796	19958	21330
Кількість концертних організацій	X ₂	79	77	77	83	82	88	85	73	73	76
Кількість студентів у вищих навчальних закладах	X ₄	2813.8	2763.8	2599.4	2491.3	2311.6	2170.1	2052.7	1689.3	1605.3	1586.7

Джерело складено автором самостійно

Регресійний аналіз дозволяє дослідити закономірності змін однієї випадкової величини, залежно від значень іншої випадкової величини.

При розрахунку даних було використано програмне забезпечення Excel, та інструмент «Пакет аналізу» дані були внесені як числовий ряд в якому залежний показник «у» – це ВВП на душу населення в Україні. Та економічні показники які впливають на розвиток креативної економіки - незалежні показники «х».

Таблиця 3.2. Проміжні дані при розрахунку регресії

$(X^T Y)$	$Y(X)$
<u>1416</u>	195,351
<u>32440971.84</u>	-0,225
<u>113358.21</u>	1,45
<u>3197139.868</u>	-0,0275

Джерело складено автором самотійно

Кореляція - це математична величина, яка відображає лише лінійну залежність величин, але не допомагає виявити причинно-наслідкові зв'язки між досліджуваними параметрами.

Таблиця 3.3. Матриця парних коефіцієнтів кореляції R:

-	y	x ₁	x ₂	x ₃
y	1	0,6825	0,6901	0,4893
x ₁	0,6825	1	0,6545	0,00604
x ₂	0,6901	0,6545	1	0,3231
x ₃	0,4893	0,00604	0,3231	1

Джерело: складено автором самотійно

Для інтерпретації даних щодо розрахованого коефіцієнта кореляції використовують порівняння отриманого значення та шкали Чеддока.

Таблиця 3.4. Шкала Чеддока

Значення	0,1-0,3	0,3-0,5	0,5-0,7	0,7-0,9	0,9-1,0
Результат кореляції	слабкий	видимий	помірний	високий	дуже високий

На основі отриманих значень при проведенні регресійного аналізу можна зробити висновки, що показники x_1 , x_2 мають помірну кореляцію з y , x_3 – видиму.

Щоб розуміти як змінюються показники креативних галузей по відношенню до ВВП на душу населення, необхідно визначити β - коефіцієнти, методом Гауса: $\beta_1 = 0,556$; $\beta_2 = 0,189$; $\beta_3 = 0,425$;

Для перевірки середнього відхилення розрахункових значень від фактичних була визначена середня помилка апроксимації $\approx 22\%$, це значення є значно більшим ніж рекомендована похибка $< 7\%$, тобто побудовану модель не рекомендується використовувати при прогнозуванні та економічному аналізу.

Перевіримо гіпотезу про загальну значимість моделі. Перевірка цієї гіпотези здійснюється за допомогою F-статистики розподілу Фішера. Якщо $F < F_{kr} = F_{\alpha; n-m-1}$, то немає підстав для відхилення гіпотези H_0 . За даними розрахунків: $R^2 = 0.84726$; $F = 5,0886$, $F_{kr}(0,05; 3; 6) = 4,76$. При зіставленні показників F та F_{kr} ми робимо висновок, на основі того що $F > F_{kr}$, що багатофакторна регресійна модель статистично значима.

Отже, в результаті розрахунків стала можлива економічна інтерпретація параметрів моделі: збільшення кількості друкованих книг і брошур на 1 одиницю призводить до зменшення ВВП в середньому на 0,225; збільшення кількості концертних організацій на 1 одиницю призводить до збільшення ВВП в середньому на 1,45; збільшення кількості студентів у вищих навчальних закладах на 1 одиницю призводить до зменшення ВВП в середньому на 0.0275.

Також була перевірена статистична важливість рівняння за допомогою коефіцієнта детермінації і критерія Фішера. Встановлено, що в досліджуваній ситуації 71,785% загальної варіабельності Y пояснюється зміною факторів X . Встановлено також, що параметри моделі статистично значущі.

За максимальним коефіцієнтом $\beta_1 = 0,556$ можна зробити висновок, що найбільший вплив на ВВП на душу населення в Україні, з розглянутих факторів, надає кількість друкованих книг і брошур.

Таким чином, можна зробити висновок, що потенціал до розвитку креативної економіки у нашої країни великий. Чим більше Україна витрачає коштів на інновації, на збільшення кількості друкованих книг та концертних організацій, на підтримку студентів та аспірантів, тим скоріше зростає ВВП на душу населення, а це означає, що пріоритетним напрямком діяльності для України, на сьогоднішній день, повинно бути формування взаємодії усіх секторів економіки з креативною індустрією, впровадження дослідження у сфері культури, збільшення інвестування у розробку нових технологій та інновацій. Тоді, у нашій країні ми можемо побудувати майбутнє, де інновації та творчий підхід стануть вирішальними компонентами економічного розвитку.

3.2. Механізми та засоби підвищення розвитку креативної економіки в Україні

Україна має багато талановитих людей, підприємств і громад з культурною спрямованістю, які є носіями творчих ідей, а, оскільки креативна економіка будується на індивідуальній творчості, то це наша перевага і потенціал для розвитку [6].

Креативну економіку потрібно розглядати як перехідний момент до нових високотехнологічних і високоінтелектуальних укладів, адже успішно вона розвивається там, де розвинена відповідна інфраструктура. Сектору креативної економіки України потрібна національна рамкова політика, яка регулюватиме розвиток креативних галузей, та правильне використання українських традицій і культурної спадщини, які в процесі креативного виробництва допоможуть безстроково позиціонувати креативні галузі на внутрішньому і світовому ринках. Тому доцільним є створення структури регулювання всіх креативних галузей і їх взаємодії з іншими секторами економіки (Додаток А).

Імідж України у світі, її міжнародне становище та зв'язки напряду пов'язані з розумінням і раціональним використанням потенціалу культури. Важливу роль в позиціонуванні країни відіграє Угода про асоціацію з Європейським Союзом – який є ініціатором та учасником міжнародних культурних проектів, що впливають на соціально-економічні показники та сприяють консолідації суспільства.

У 2014 році у два етапи була підписана Угода про асоціацію між Україною і Європейським Союзом, у вересні цього ж року Верховна Рада України та Європейський парламент синхронно ратифікували Угоду, але процес ратифікації було завершено лише у червні 2017-го. [19]

У Європейському Союзі підтримка культурного сектору, який визначається у документі ЮНЕСКО «Creative Economy Report 2013» як доволі продуктивний та динамічний, є одним із пріоритетів соціально-економічного розвитку. Про це зазначено й у стратегії «Європа 2020». Культура і творчий сектор визнані джерелами економічного зростання та зайнятості населення, порозуміння і діалогу в суспільстві. [18]

Важливість інвестицій у культуру та творчий сектор підкреслює програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014-2020 роки. Слід підкреслити, що ця програма є рамковим документом, спрямованим на підтримку європейського культурного і аудіовізуального секторів. Бюджет програми, зокрема на період 2014–2020 рр., становить 1,46 мільярдів євро. Складається «Креативна Європа» з трьох компонентів: Культура (31 % бюджету), медіа (56 % бюджету) та секторальний напрямок (13 % бюджету). На відміну від попередніх культурно-гуманітарних проектів Європейської Комісії нова програма передбачає участь країн, які не є членами ЄС: України, Молдови, Грузії та Туреччини.

Програма Європейської Комісії «Креативна Європа» спрямована на підтримку європейського кіно, культури та креативного сектору. Планується підтримати десятки тисяч митців, фахівців культури та аудіовізуального сектору, представників виконавчого та образотворчого мистецтва, видавничої

справи, кінематографії, телебачення, музики, міжжанрових мистецтв, культурної спадщини та відео-індустрії.

Участь у програмі «Креативна Європа» є необхідною для України з огляду на можливості розвитку та фінансування. У грудні 2014 року Україні була надана виняткова можливість участі у підпрограмі «Культура» за умови підписання проекту Угоди. Ця необхідність давно визнана усіма сторонами перемовин стосовно приєднання: європейською та українською культурною громадськістю, а також українськими державними діячами.

Підпрограма «Культура» включає в себе такі напрямки (рис.3.3.):

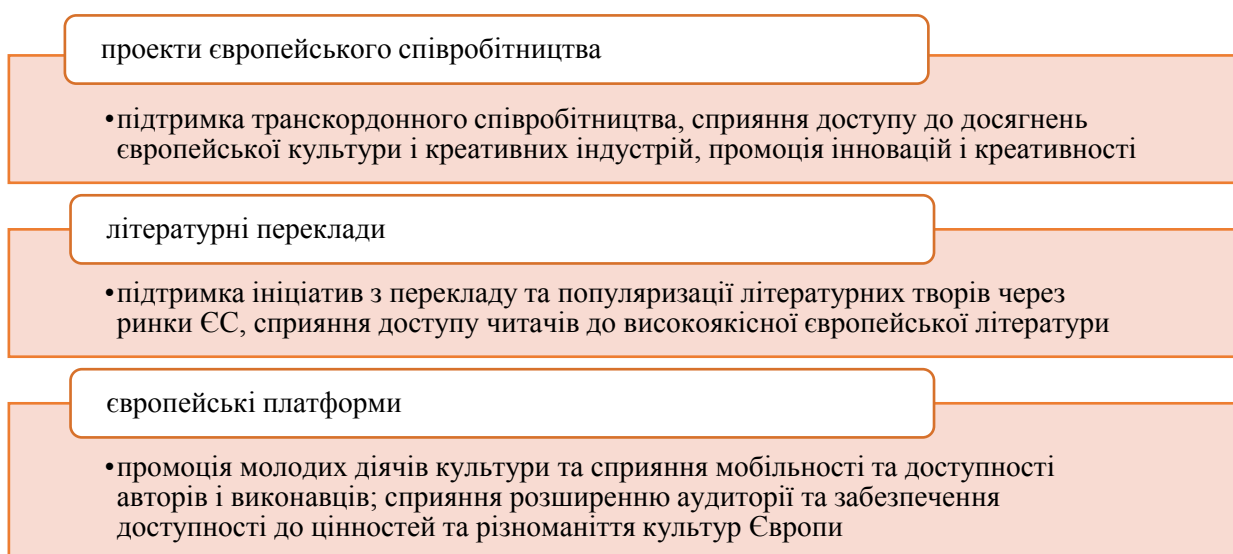


Рис.3.3. Напрямки розвитку підпрограми «Культура».

Джерело складено автором самостійно на основі [18].

Найбільшими труднощами приєднання української сторони до європейських культурних програм, та, зокрема, до платформи «Креативна Європа», є відсутність в українському законодавстві про культуру взаємоузгоджених положень стосовно креативних індустрій та креативного сектору економіки і відсутність розуміння культури як рушія економіки. [18] Однак, за умови подолання цих перепон вимальовуються наступні перспективи участі України в програмі «Креативна Європа»:

Фінансова підтримка

- фінансування важливих, з огляду на євроінтеграцію та розвиток, культурних проєктів

Можливості успішної колаборації

- отримання європейського досвіду з розвитку культурних і креативних індустрій

Усвідомлення ролі креативного класу та створення сприятливих умов для формування креативної економіки

- передбачає використання творчого потенціалу в будь-якій сфері (розробки гаджетів і сучасних доріг, винаходи і технології), але при цьому культурна діяльність та культурні процеси в економіці визнаються ключовими

Незалежність культурної активності від держави та цензурування.

- передбачає в країнах-учасниках діяльність національних Бюро, незалежних від національних органів влади та від європейських структур. Бюро може фінансуватися за рахунок бюджетних та не бюджетних коштів, а також грантів на співфінансування з бюджету програми

Сприяння розвитку окремих галузей, таких, як кіно або література

- стимулюватиме процеси просування українського культурного продукту за кордоном

Посилення ролі міст як осередків культурного розвитку і креативності

- передбачає зміну формату міської політики, в контексті якої розглядатиметься креативність

Наближення української культурної сфери до європейського законодавства та європейських норм культурної політики

- поширення інформації про програму «Креативна Європа» на національному рівні та надання консультаційних послуг; сприяння розвитку національних креативних і культурних індустрій шляхом проведення навчальних семінарів, тренінгів тощо; стимулювання транскордонного співробітництва між митцями, культурними інституціями і мережами в рамках ЄС

Рис.3.4. Перспективи участі України в програмі «Креативна Європа»

Джерело складено автором самостійно на основі [18].

Отже, на сьогоднішній день Європейський Союз допомагає Україні стимулювати розвиток креативної економіки за допомогою приєднання української сторони до європейських культурних програм, зокрема до напрямку розвитку підпрограми «Культура» програми «Креативна Європа». Україна у свою чергу для подальшого розвитку креативної економіки повинна допрацювати довгострокові стратегії розвитку української культури, документу, який враховує значення культурних та креативних індустрій і сучасного мистецтва для виробництва вітчизняного культурного продукту.

ВИСНОВКИ

В процесі дослідження були узагальнені теоретичні й методологічні основи креативної економіки, її впровадження та розвиток у країнах Європейського Союзу та в Україні. Отримані методичні та практичні результати слугують підставами для таких висновків:

1. Комплексний теоретичний аналіз поняття «креативна економіка» дозволив визначити його як особливий сектор економіки, головною рисою якого є товари та послуги, поява яких неможлива без використання людських знань і умінь.

2. Аналіз існуючих методів оцінки розвитку креативної економіки показав, що всі вони будуються переважно на показниках креативних галузей, адже саме вони забезпечують інноваційно-креативний та науково-технічний розвиток країн та регіонів. В свою чергу креативні галузі були визначені як сфери діяльності, в яких тісно пов'язуються мистецтво, культура, інновації та бізнес, та які засновані на використанні творчого потенціалу людини, та підсилені розвитком новітніх інформаційних та комунікаційних технологій.

3. Експертний метод, метод аналізу та обробки інформації, використаний в роботі, дозволив оцінити розвиток креативної економіки в Україні на основі тих показників, які є складовими креативної економіки, але не завжди відображаються у державних статистичних збірниках.

4. Кореляційно-регресійний аналіз використаний на основі даних Державної служби статистики, дозволив обрати пріоритетний напрямок діяльності, для подальшого розвитку креативної економіки України.

5. З метою підвищення розвитку української креативної економіки на національному та світовому ринках запропоновано модель регулювання всіх креативних галузей в Україні, яка дозволить сформулювати коректні стратегічні пріоритети розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0
2. Peter Coy. «The Creative Economy». BusinessWeek Magazine. August 28, 2000. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy>
1. UK Department for Culture Media and Sport (DCMS) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport>
2. Киристюк С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/17.pdf
3. Журавлев В.А. Креативное общество, креативная экономика и инновации // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://bgscience.ru/lib/10787>
4. Турський І.В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://elartu.tntu.edu.ua/>
5. Закон про спрощення експорту послуг для розвитку ІТ-індустрії // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://zik.ua/news/2016/11/03/vru_uhvalyla_zakon_pro_sproshchennya_eksporu_poslug_dlya_rozvytku_984947
6. The Global Creativity Index 2015 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>

7. І. Скавронська, А. Гончарук: Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського союзу. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/48.pdf>
8. Чуль О. М Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/
9. European Parliament resolution of on promoting the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and job. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2013-0368&language=EN&ring=A7-2013-0248>
10. Cultural times.The first global map of cultural and creative industries // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/eycultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/eycultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)
11. Creative Europe. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/opportunities/index_en.htm
12. Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU, 2014. 100 p. – (Ernst & Young Global Limited). [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf)
13. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Лошковська Х. С. Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://meim.kneu.edu.ua>
15. Світовий банк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2016&locations=UA&start=2010>

16. Креативна економіка: як в Україні заробити на справу яку любиш. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://konkurent.in.ua/news/ukrayina/14188/kreativna-ekonomika-yak-v-ukrayini-zarobiti-na-spravi-yaku-lyubish-.html&lang=uk>
17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://studfiles.net/preview/5483305/>
18. "Перспективи приєднання України до платформи "Креативна Європа". Аналітична записка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.niss.gov.ua/articles/1863/>
19. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011

Модель регулювання всіх креативних галузей в Україні



Джерело складено автором самостійно