

Економічна характеристика креативних індустрій

Косенко А.В.

кандидат економічних наук, доцент

Глізнуца М.

кандидат економічних наук, доцент

Долина І. В.

кандидат економічних наук, доцент

Марчук Л. С.

кандидат економічних наук

Мехович С. А.

доктор економічних наук, професор

Національний технічний університет «ХПІ»

Термін «креативна економіка» увійшов до понятійного апарату економічного сектору у 2000 році з публікацією статті «Креативна економіка» в журналі «Бізнес тиждень» [1, с. 38]. Креативна економіка, як новий тип економіки, представляє ідеї та креативність як двигун інновацій, технологічних змін та як порівняльну перевагу у розвитку бізнесу. Це призвело до появи та використання терміну «креативні індустрії», який вперше був озвучений у виступі британського міністра культури, якому вдалося ввести креативну індустрію в державну політику та визначити економічну важливість креативності. На державному та інституційному рівні феномен креативної економіки вперше був реалізований Великою Британією в рамках Мапи креативних індустрій Департаменту культури, медіа та спорту [11, с. 53; 7, с. 98].

Наразі у світовій практиці багато експертів розглядають креативні індустрії як синонім поняття «креативна економіка» або «економіка знань» [3, с. 562; 4, с. 265]. На нашу думку, економіка креативних індустрій базується на ідеях, а не на фізичному капіталі, який вирішує низку економічних, політичних, соціальних, культурних та технологічних проблем, перебуваючи при цьому на перетині мистецтва, бізнесу та інтелектуальних технологій.

На наш погляд, креативні індустрії — це нові галузі, які поєднують передові технологічні продукти та креативність у сфері культурного мистецтва та включають тринадцять галузей, таких як мистецтво, кіно, реклама, сільське господарство, дизайн тощо. які набувають все більшого значення для економіки багатьох країн, що розвиваються і розвинених країн, і створюють нові робочі місця.

Економічну характеристику креативних індустрій пропонуємо здійснювати з двох точок зору: з точки зору внутрішніх і зовнішніх умов [10, с. 54].

Характеристика креативних індустрій з точки зору внутрішніх умов пропонуємо зводити до наступних методичних положень.

1. Креативні індустрії об'єднують традиційні індустрії мистецтва, культурні індустрії, захищені авторським правом, та нові креативні підприємства. Всі вони розглядаються як продуценти і носії символічного змісту і сенсу, сконцентровані в мистецтві, але не обме-

жуються ним. Таким чином, їх продукція сприймається як високодиференційована і може бути охарактеризована як художня, культурна або творча. Споживачі високо цінують немонетарні цінності, що робить креативні індустрії секторами з високою доданою вартістю.

2. Ринкові умови створення товарів і послуг у креативному секторі вважаються відмінними від звичайних економічних: креативні індустрії стикаються з більшою невизначеністю попиту, сильною волатильністю смаків і, відповідно, вищими ризиками.

3. З метою зниження ризиків креативні компанії повинні постійно забезпечувати високий рівень новизни, що, в свою чергу, може призвести до інновацій. Деякі дослідження навіть довели, що креативні індустрії є більш інноваційними порівняно з іншими секторами виробництва чи послуг. Більш того, виробництво інновацій вимагає високого рівня технічного прогресу, який вважається характерним для креативних індустрій, в той час як нетехнологічні фактори (наприклад, дизайн, нові бізнес-моделі) набувають все більшого значення моделі, системи, мережі в економіці, технології, природі і суспільстві [12, с. 56].

4. Сталість продуктів креативних фірм та поява новизни означають, що креативні індустрії створюють або використовують інтелектуальну власність, яка розглядається як основне джерело створення вартості в креативних індустріях і тому часто є одним із найважливіших детермінант.

5. Сама праця та її організація в креативних індустріях відрізняються від інших галузей. Складність продукту і його подвійна цінність вимагають змішаної команди — як творчих, так і простих співробітників, кожен з яких володіє певним набором навичок. Крім того, передбачається, що творчі працівники компенсуються розумовою віддачою: вони піклуються про свою роботу і, отже, керуються внутрішньою мотивацією

6. Галузеві структури вважаються поляризованими, тобто організованими навколо кількох великих корпорацій, часто транснаціональних, та багатьох малих та мікропідприємств або індивідуальних підприємців, що складаються з однієї особи [9, с. 36]. На більші підприємства припадає більша частина продукції, вони більш вертикально інтегровані і з більшою ймовірністю будуть задіяні в масовому виробництві. Незважаючи на те, що малі та мікропідприємства менш здатні конкурувати через переваги масштабу та масштабу, вони можуть отримати таку ж велику частку ринку, спеціалізуючись на нішевих ринках.

Економічна характеристика креативних індустрій з точки зору зовнішніх умов пропонуємо зводити до наступних методичних положень.

1. Креативні індустрії важливі не лише в абсолютних цифрах, а й у пропорційних числах. Дані, зібрані по всій Європі та за її межами, показують, що вони зростали вищими темпами, ніж середній показник по країні або місту, як з точки зору зайнятості, так і доданої вартості. Отже, темпи зростання вище середнього часто використовуються

для підтримки ідеї про те, що креативні індустрії є одним із двигунів постіндустріальної економіки.

2. Креативні індустрії вбудовані в локальні виробничі системи, але також мають глобальні зв'язки. Їх успіх багато в чому залежить від експортного потенціалу їх продукції і послуг, який вважається дуже високим.

3. Креативні індустрії сприяють інтелектуальним інноваціям в економіці в цілому через зв'язки з іншими галузями. Це пов'язано з природою інновацій, які продукують креативні індустрії. У літературі йдеться про те, що креативні індустрії впливають на решту економіки, виробляючи та продаючи інноваційні товари та послуги кінцевому споживачеві, з одного боку, та надаючи товари та послуги як проміжні ресурси для інших секторів, з іншого. Їх роль важлива як для продуктів, так і для процесів

Креативна економіка унікальна тим, що асоціюється з найбільш необмеженим глобальним ресурсом — людською творчістю. З огляду на це положення, стратегії креативних індустрій мають передбачати використання людського потенціалу для розвитку сектору. Розвинені країни вже кілька десятиліть фокусуються на формуванні креативних індустрій. Важливо зазначити, що глобальна капіталізація креативних індустрій до 2022 року склала майже \$2,5 трлн, крім того, креативна індустрія створює понад 30 млн робочих місць, що становить понад 1% від загальної зайнятості населення світу [2, с. 54; 4, с. 98]. Події, що характеризуються переважанням наукомістких індустрій, секторів послуг та креативних індустрій, надихнули на включення креативних індустрій до стратегій формування політик та програм економічного розвитку в різних масштабах — місцевому, регіональному, національному та наднаціональному. Витоки поняття креативної економіки беруть свій початок на стику економіки, культурології, соціології і включають дослідження, що проводяться в цих областях. Сьогодні креативні індустрії є не тільки однією з найважливіших галузей економіки, яка є інтеграцією мистецтва, творчості та індустрій, що виникли в результаті людських інновацій та наукового прогресу, а й частиною економіки, яка робить значний внесок у національний продукт, включаючи подвійну вартість: створення багатства і зайнятості (економічної цінності), формування культурних цінностей, ідентичність.

Наразі, в умовах глобалізації, інформатизації та цифрової економіки, креативні індустрії є рушійною силою економічного розвитку завдяки значній частці у світовій торгівлі та створенні робочих місць, стійкості до економічних спадів та криз, а також здатності отримувати прибуток від індивідуальної творчості та інтелектуальної власності. Все це робить креативні індустрії привабливою сферою для інвестування як у приватний сектор, так і на державному рівні. Творчість, як відомо, є нескінченним ресурсом, на відміну від праці та капіталу, тому цей привілей не є унікальним для багатих країн [5, 7]. При ефективному використанні креативність може відкрити нові можливості для країн, що розвиваються,

для збільшення своєї частки у світовій торгівлі і «стрибка» в нові сфери створення багатства.

Оскільки західні країни відходять від виробництва товарів і послуг і замість цього зосереджуються на виробництві ідей і знань, креативні індустрії стають предметом все більшої кількості досліджень і теоретичних розробок. У зв'язку з відсутністю чіткого визначення сутності креативних індустрій виникає потреба у вивченні основних літературних джерел з метою виявлення основних тенденцій розвитку даної сфери з урахуванням їх основних характеристик.

Примітно, що сам феномен креативної економіки можна розглядати як продовження раніше існуючої концепції культурних індустрій, що обумовлено переходом до постіндустріального етапу, посиленням напрямків, пов'язаних з креативним процесом, а також розвитком інформаційного сектору та інтернет-торгівлі. Зростання креативних індустрій як новий тренд у постіндустріальному світі пропонує альтернативний тип розвитку навіть в умовах економічної кризи, завдяки так званому «креативному класу», який, серед інших, бачить важливу економічну функцію цього класу — створення нових ідей, технологій та креативного контенту. Він вважає, що креативність є фундаментальним джерелом економічного зростання і вирішальним джерелом конкурентних переваг.

Креативний клас служить основою розвитку сучасної інноваційної економіки, його розвиток визначається соціокультурними установками, що характеризуються тенденцією до інтенсивної взаємодії і співпраці в процесі творчої діяльності. Без інноваційно налаштованого населення неможливо створювати інноваційні товари (роботи, послуги). Значною мірою мова йде про неформальних інститутах інноваційної системи, тобто формуванні неформальних правил, моделей поведінки і взаємодії, які сприяють розвитку інновацій [6, с. 305; 8, с. 469].

Загалом можна відзначити, що, незважаючи на те, що термін «креативна індустрія» визначається низкою міжнародних документів, його зміст досі оскаржується та вивчається низкою дослідників. Тим не менш, найпоширеніші визначення креативних індустрій, з невеликими відмінностями, можна знайти в більшості академічних досліджень та програмних документів, які дозволяють визначити їхні основні характеристики.

Список використаних джерел:

1. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Allen Lane, 2001. p. 32–56.
2. Кобелева Т. О., Витвицька О. Д., Перерва П. Г., Ковальчук С. В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2022. № 1. С. 52–57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492> (дата звернення: 11.05.2023).
3. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева;

Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.

4. Кобелева Т. О., Перерва П. Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98–106. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2018/No1/98.pdf> (дата звернення: 11.05.2023).

5. Кобелева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: ПланетаПрінт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748> (дата звернення: 11.05.2023).

6. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T. A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

7. Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Ткачова Н. П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників. *Вісник НТУ «ХПІ»*: зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. № 59 (1168). С. 96–100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638> (дата звернення: 11.05.2023).

8. Перерва П. Г., Кобелева Т. О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства. *Екон. вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. пр. Київ : НТУУ «КПІ», 2017. № 14. С. 468–477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749> (дата звернення: 11.05.2023).

9. Кобелева Т. О. Електротехнічна галузь України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»*: зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2011. № 26. С. 34–43.

10. Гусаковська Т. О., Кобелева Т. О. Вплив розміру збитків від порушень прав інтелектуальної власності на процес ціноутворення. *Вісник НТУ «ХПІ»*: зб. наук. пр. «Технічний прогрес та ефективність виробництва». Харків: НТУ «ХПІ», 2014. № 64 (1106). С. 52–57.

11. Перерва П., Маслак О., Кобелева Т., Кучинський В., Ілляшенко С. Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*, 2021. № 1. С. 53–58.

12. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliava T. O. Compliance risk in the enterprise: Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард–2017»: тр. 8-ї Між-нар. наук.-практ. Internet-конф. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. С. 54–57.