

*Терещенко С. І., д.е.н., професор,
Бас О. Ю., магістрант,
Сумський національний аграрний університет*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах сьогодення важливим фактором ефективного економічного розвитку є постійне здійснення інноваційної діяльності, як в країні в цілому, так і на окремо взятому підприємстві, а креативна економіка стала одним з найголовніших напрямків інноваційного розвитку. Сучасна економіка та люди в розвинених країнах стають все більш креативними та творчими, розвиток світової системи описує новий етап, який свідчить про перехід економіки цих країн до постіндустріального типу, заснованого на перевазі знань, сфери послуг, інтелектуальної праці, наукових і культурних досягнень, інновацій, глобальних інформаційних систем та новітніх бізнес-технологій, в основі цього напрямку лежить ідея створення оригінального, якісно нового підходу до продукту.

Головним джерелом економічної вартості у розвинених країнах стає креативність. На зміну таким ресурсам, як робоча сила, земля, капітал приходить інтелектуальна власність як найбільш цінний економічний ресурс. На сьогодні на стадії креативного розвитку знаходяться США, Японія та Південна Корея, а прагнуть перейти до цієї стадії ЄС та Китай.

Креативна економіка має високий потенціал прибутковості і створення робочих місць. Її формують не лише традиційні креативні індустрії, такі як: дизайн, кіно, архітектура чи ІТ. Це також: економіка, наукові дослідження, освіта, мода, туризм, політика, соціальна сфера.

Питанням креативної економіки присвячені наукові праці українських та зарубіжних вчених, таких як: А. Пакуліна, К. Белоглазова, Г. Пакуліна [1], А. Мержвинська [2], Р.Кушлинг Н.Ли[4].

Мета полягає у обґрунтуванні засад креативної економіки як джерела розвитку підприємства.

Термін креативна економіка був визначений у 1960-х роках. Термін «креативна економіка» вперше з'явився в журналі Business Week у 2000 році [4]. Родоначальними вважаються праці Р. Флоріди, Дж. Хокінса та Ч. Лендрі - Консультативної ради з креативної економіки ООН. В їх роботах креативність вважається фактором створення сучасного стилю життя та атрибутом розвитку нової економіки [19]. Останні десятиліття характеризуються розвитком відносно нового напрямку в економіці. Креативність тепер є ознакою організованих відносин, а не лише особливістю індивіда, і сьогодні вона функціонує як найважливіший

ресурс економіки, оскільки забезпечує зв'язок бізнесу, культури та інновацій, з дяки чому з'явився новий термін –«креативна економіка» [2].

Креативна економіка — це сукупність видів економічної діяльності, заснованих на творчості, знаннях, технологіях, інтелекті та інноваціях, які мають високу прибутковість і потенціал створення робочих місць, сприяють культурному різноманіттю та розвитку людського потенціалу. Основними характеристиками цього сектора економіки є: вирішальна роль нових технологій, високий ступінь невизначеності, великий обсяг уже існуючих знань, а також нагальна потреба генерувати нові знання та ідеї.

Відповідно до словника Вебера, креативність - це здатність створювати радикально нові форми. Вона стала основним джерелом конкурентної переваги. Від моди до автомобілебудування, інформаційних технологій і продуктів харчування, майже кожна галузь має потенціал для інновацій. Ідеї – це найцінніший продукт сучасної економіки, а не сам товар. Творчість походить від людей. Незважаючи на те, що людей можна наймати чи звільняти, їхню творчість не можна купити чи продати, а також її не можна ввімкнути чи вимкнути за бажанням.

У 2001 році Джон Хокінс спробував простежити глобальний вплив креативної економіки у своїй книзі «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях». У книзі Джон Хокінс описує креативну економіку як хвилю, що прокотилася по всій Америці. Він визначає креативну економіку як «створення цінності з ідей». Він пояснив: «економічна діяльність суспільства створює ідеї, а не просто звичайні речі». Щоб визначити креативну економіку, Хокінс виділив п'ятнадцять секторів креативних індустрій, які створюють інтелектуальну власність у формі авторських прав, патентів, торгових марок та оригінальних дизайнів. Їх класифіковано за такими секторами: реклама, архітектура, мистецтво, ремесла, дизайн, мода, кіно, музика, виконавське мистецтво (театр, опера, танець, балет), видавництво, наукові дослідження та розробки, програмне забезпечення, ігри та іграшки (за винятком відеоігр) телебачення та радіо, відеоігри[5].

На відміну від Джона Хокінса, Річард Флоріда визначає креативну економіку в термінах професій. Він також підкреслює, що творчість, а не інформація чи знання, відіграє ключову роль у сучасному процесі соціально-економічного розвитку. Розуміння «знання» та «інформації» є інструментом і робочим матеріалом творчості. Його продукція — це «інновації», будь то технологічні винаходи чи нові бізнес-моделі чи підходи.

Флоріда проаналізувала роль креативності як основного джерела економічного розвитку та зростання нового соціального класу – креативного. До цього класу відносяться вчені та інженери, архітектори та дизайнери, письменники, художники, музиканти, для яких

творча діяльність є визначальним чинником у роботі. Оскільки креативність є рушійною силою економічного розвитку, креативний клас на сьогодні займає домінуюче становище в суспільстві.

Велика Британія була однією з перших країн, яка визнала та приділила значну увагу ролі креативних індустрій у соціальному та економічному розвитку на урядовому рівні, що призвело до створення Департаменту розвитку програм креативних індустрій у 1998 році при Міністерстві культури, медіа та спорту. Першим результатом роботи відомства став перелік галузей, що належать до креативного сектору економіки, а також офіційне визначення діяльності креативних індустрій: «це діяльність, що ґрунтується на індивідуальному творчому потенціалі, навичках чи таланті, яка має потенціал для створення доданої вартості та робочих місць, шляхом створення та використання інтелектуальної власності» [5].

Сьогодні розвиток креативних індустрій є одним із пріоритетних завдань багатьох держав, які хочуть підвищити свою конкурентну перевагу. Виходячи з досвіду розвинених країн (США, Швеції, Японії, Німеччини та інших) [4], основними характеристиками креативного суспільства є:

- суспільство засноване на принципах гуманізму, лібералізму та демократії;
- креативне суспільство базується на принципах верховенства права, громадянського суспільства, підприємництва та інновацій;
- цілями суспільства є багатство, влада і розвиток;
- економіка креативного суспільства є соціально орієнтованою, ринковою та інноваційною.

Важливу роль у креативному суспільстві відіграють люди, які займаються інноваційними розробками в різних сферах (учені, інженери, викладачі вищих навчальних закладів, архітектори, письменники, дизайнери, журналісти та інші), такі люди складають креативний клас. Характеристиками креативного суспільства також є: постійне інвестування в інновації в різних сферах (економіці, соціальній сфері, техніці, науці, культурі, політиці тощо); збільшення практичної віддачі від інноваційних витрат; збільшення кількості професіоналів, які займаються творчістю в різних сферах; розвиток ризикового капіталу; розвиток інноваційної інфраструктури (технопарки, інноваційні технологічні центри та комплекси, інноваційні венчурні підприємства, бізнес-інкубатори).

Слід пам'ятати, що креативна економіка значно розширює можливості традиційного виробництва товарів і послуг. Креативні індустрії ефективно розвиваються та інтегруються в традиційну економіку, наприклад, сьогодні вони становлять 7% світового ВВП із щорічним зростанням 10%. Ця галузь розвивається швидше, ніж ринок товарів і послуг. У ньому

працюють 8,3 млн громадян ЄС, що дозволяє назвати його ефективною економічною моделлю самозайнятості. Передбачається, що креативна економіка й надалі буде однією з головних форм соціально-економічного розвитку за умови формування відповідного інтелектуального середовища, розвитку системи соціально-економічних відносин, що сприятиме розкриттю творчих здібностей людей, створенню та успішному впровадженню ними нових творчих ідей у нових соціально-економічних умовах глобалізованого суспільства.

Список використаних джерел:

1. Тарасова О.В. Теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності підприємств. Економіка харчової промисловості. 2012. № 1. С. 37– 41.
2. Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. Економіка та суспільство. 2018. № 16. С. 192–200
3. Florida, R. and Tinagli I. (2004). Europe in the Creative Age URL: http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf (дата звернення 16.11.2022)
4. Lee N. Creativity, cities and innovation. Environment and Planning A. 2014. no. 46 (5). P. 1139–1159
5. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. Львів, 2017. 528 с.