

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет податкової справи, обліку та аудиту
Кафедра економічної політики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Креативна економіка як фактор стійкого розвитку
територій

Здобувача вищої освіти
другого (магістерського)
рівня II курсу, групи
ЕМРМ-22-4 спеціальності
051 «Економіка» освітньо-
професійної програми
«Економіка міста та
регіону»



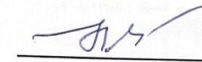
Григораш А.О.

Науковий керівник



Корж М.А.
к.е.н., доцент

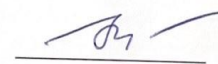
Керівник освітньо-
професійної програми



Мацелюх Н.П.
д.е.н., професор

Допущено до захисту рішенням кафедри економічної політики
протокол від «24» 01 2023 № 2

В.о. завідувача кафедри



Мацелюх Н.П.
д.е.н., професор

Ірпінь 2023

Реєстрація № 2 30.01.2023
(дата) (підпис відповідальної особ.)

Результати перевірки до захисту 29.01.2023
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис відповідальної)

Результат захисту сх 03.02.2023
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: [підпис] Шаркунен О.Р.
(підпис) (ініціали)

Члени комісії:

[підпис] Власенко Н.П.
(підпис) (ініціали)

[підпис] Корнеєв М.А.
(підпис) (ініціали)

[підпис] Косова С.В.
(підпис) (ініціали)

Бланк оцінювання кваліфікаційної роботи

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, ПІБ
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КІРІШНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				
1. Зміст кваліфікаційної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	20		
2. Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	10		
3. Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	5		
4. Рецензент	від 0 до 5	5		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	40		
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Доповідь	від 0 до 10	10		
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	21		
4. Апробація	від 0 до 10	-		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	41		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	81		
ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ				
Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
81	B	4	02.02.25	Мартинюк О.П. Майхельс Ч.В. Россова С.В. Корнішук О.В. Гончарук М.В.
Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС				
Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою		
90-100	A	5 (відмінно)		
80-89	B	4 (добре)		
70-79	C			
60-69	D	3 (задовільно)		
50-59	E			
35-49	EX	2 (незадовільно)		

ВІДГУК
керівника випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи
здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
факультету податкової справи, обліку та аудиту, групи ЕМРМ-21-4
Григораша Андрія Олеговича
на тему:

«Креативна економіка як фактор стійкого розвитку територій»
за спеціальністю 051 «Економіка», ОПП «Економіка міста та регіону»

Актуальність теми. Інтерес до креативного сектору, в тому числі культурних та інноваційних індустрій, а також поняття «креативних міст» зростає з кожним роком, завдяки чому науковці в сфері економічного розвитку розширюють можливості різноманітних досліджень щодо підтримки креативної економіки, а також планування та наслідків політики щодо неї. У багатьох джерелах літератури доволі часто застосовують терміни «креативність», «творчість», «інновації» і «культура» без надання їх чіткого визначення та без точності у використанні інформації чи статистичних даних для їх кількісної оцінки та порівняльного аналізу. Звичайно, з часом обговорення на тему креативної економіки були висунуті за межі простих роздумів безліччю науковців, завдяки чому в науковому просторі виокремилось більш чітке розуміння залучених концепцій креативної економіки, а також її впливу та її меж у історичному, політичному, економічному, соціальному та культурному контексті кожної країни.

Культурні і креативні індустрії мають значний стратегічний потенціал, можуть стати каталізатором інновацій, чинником сталого розвитку об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації, забезпечивши їхній розвиток і локальну ідентифікацію через використання туристично-рекреаційних, культурно-історичних і природних ресурсів, збереження пам'яток культури і брендування території, розвиток культурної спадщини, рекреацій і туризму тощо.

Незважаючи на значну зацікавленість вчених та урядів у креативних індустріях, багато досліджень та висловлень на дану тему досі не мають конкретного наукового підкріплення. Через це в даній роботі креативна економіка розглядається та досліджується всебічно, через призму емпіричного аналізу та з ретельним обґрунтуванням.

Отже, з огляду на вказане вище, тема випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи Григораша А.О. набуває особливої актуальності.

Наукова новизна отриманих результатів полягає узагальненні тенденцій розвитку креативної економіки територій та в пошуку пріоритетних напрямів функціонування української креативної економіки на глобальному ринку.

Якість проведеного аналізу проблеми, текстового та табличного матеріалу.

Кваліфікаційна робота містить цілісний логічний, доказовий і аргументований характер, аналіз проблеми дослідження, реальні обґрунтовані пропозиції.

В основу написання кваліфікаційної роботи покладено загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження, а саме: конкретно-історичний метод – для розкриття генези поняття «креативна економіка» та «креативні індустрії»; метод систематизації та узагальнення – для комплексного розгляду механізмів сприяння розвитку креативної економіки окремих територій; метод аналізу та синтезу – для дослідження зарубіжного та вітчизняного досвіду розвитку креативної економіки; метод логічного узагальнення – для розроблення висновків та рекомендацій щодо удосконалення розвитку креативної економіки як фактору стійкого розвитку територій в Україні згідно із сучасними загальносвітовими тенденціями.

Теоретичною основою дослідження стали статті та публікації з наукових конференцій, звіти ООН та інших міжнародних організацій, закони України, тексти програм стратегічного характеру, міжнародні документи та ін.

Дипломна робота складається вступу, трьох розділів та висновків, містить 13 рисунків, 2 таблиці, 8 додатків. Список джерел налічує 40 найменування. Загальний обсяг роботи складає 62 сторінки. Оформлення текстового та графічного матеріалу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи виконано на високому рівні.

Обґрунтованість пропозицій і висновків та їх практична цінність у роботі підприємства, установи, організації.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у тому, що сформульовані у кваліфікаційній роботі положення, висновки, рекомендації та пропозиції стосовно пріоритетних напрямів функціонування української креативної економіки, можуть бути використані:

- у роботі органів державної та місцевої влади;
- у навчальному процесі, при підготовці підручників і навчальних посібників, а також при викладанні курсу «Креативна економіка: індустрія 4.0, smart-технології та краудфандинг».

Наявність недоліків. Недоліком роботи є те, що у розділі 2 необхідно було б більше уваги приділити саме взаємозв'язку креативних ресурсів зі стійким розвитком територій, а у параграфі 2.1, аналізу креативної економіки на рівні територій.

Загальний висновок і оцінка роботи. Випускна кваліфікаційна робота на тему «Креативна економіка як фактор стійкого розвитку територій»

АНОТАЦІЯ

Креативна економіка як фактор стійкого розвитку територій

Мета роботи полягає в дослідженні основ креативної економіки як фактору стійкого розвитку територій та визначенні її перспективних напрямків в Україні.

Завданнями роботи є визначення сутності та складових креативної економіки; вивчення регіонального аспекту розбудови креативної економіки; аналіз впливу культурних та творчих індустрій на розвиток креативної економіки; дослідження креативних ресурсів м. Львова у забезпеченні його стійкого розвитку; визначення перспектив розвитку креативної економіки як фактору стійкого розвитку територій в Україні з урахуванням зарубіжного досвіду.

Предметом дослідження є сектор креативної економіки України як фактор стійкого розвитку територій.

Об'єктом дослідження виступає особливості функціонування креативної економіки для забезпечення стійкого розвитку територій.

Базою дослідження виступає м. Львів.

За результатами дослідження узагальнено тенденції розвитку креативної економіки територій та сформульовано пріоритетні напрями функціонування української креативної економіки на глобальному ринку.

Практична значущість одержаних результатів полягає у можливості впровадження в діяльність органів Львівської міської ради запропонованих теоретико-методичних положень та науково-практичних рекомендацій щодо креативної економіки даного регіону.

Дипломна робота містить 62 сторінки, 2 таблиці, 13 рисунків, список використаних джерел з 40 найменувань, 8 додатків.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, культурна економіка, сталий розвиток.

Рік виконання дипломної роботи 2022.

Рік захисту роботи 2023.

SUMMARY

Creative Economy as a Factor of Sustainable Development of Territories

The purpose of the work is to study the basics of the creative economy as a factor in the sustainable development of territories and to determine its promising directions in Ukraine.

The tasks of the work are to define the essence and components of the creative economy; study of the regional aspect of the development of the creative economy; analysis of the impact of cultural and creative industries on the development of the creative economy; research of creative resources of the city of Lviv in ensuring its sustainable development; determination of prospects for the development of the creative economy as a factor of sustainable development of territories in Ukraine, taking into account foreign experience.

The subject of the study is the creative economy sector of Ukraine as a factor in the sustainable development of territories.

The object of research is the functioning of the creative economy to ensure the sustainable development of territories.

The city of Lviv is the base of the study.

Based on the results of the research, the trends in the development of the creative economy of the territories were summarized and the priority directions of the functioning of the Ukrainian creative economy on the global market were formulated.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of implementing the proposed theoretical and methodological provisions and scientific and practical recommendations regarding the creative economy of this region into the activities of the bodies of the Lviv City Council.

The thesis contains 62 pages, 2 tables, 13 figures, a list of used sources with 40 titles, 8 appendices.

Keywords: creative economy, creative industries, cultural economy, sustainable development.

The year of completion of the thesis 2022.

Year of protection of work 2023.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОРУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	8
1.1. Сутність та складові креативної економіки	8
1.2. Регіональний аспект розбудови креативної економіки	14
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОРУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	25
2.1. Аналіз впливу культурних та творчих індустрій на розвиток креативної економіки	25
2.2. Оцінка креативних ресурсів м. Львова у забезпеченні його стійкого розвитку	36
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОРУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ	46
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	65

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, чиї 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. Багато вчених відіграли важливу роль у просуванні креативної економіки, наприклад: Г. Беккер, Дж. Хокінс, К. Робінсон, Р. Флорида та інші. Вони сформували напрямок розвитку цієї динамічної галузі та заслуговують на похвалу за свою роботу. Нам пощастило мати велику кількість вітчизняних дослідників, присвячених формуванню креативної економіки та її концептуальних засад, у тому числі й на регіональному рівні. Зокрема, ці дослідники включають: І. Вахович, С. Давимука, А. Пакуліну, О. Попелу, В. Приходько, Ю. Сотніко-ва, Ю. Сиваш, С. Тульчинську, Р. Тульчинського, Ю. Ушаренко, Л. Федулову, В. Худолей, В. Чевганова, Щ. Чуль, М. Чорну та інших.

Водночас сутність, особливості формування та оцінювання креативної економіки окремих територій в Україні практично не досліджені, проте набувають актуальності та потребують подальшого вивчення.

Мета магістерської роботи полягає у дослідженні основ креативної економіки як фактору стійкого розвитку територій та визначенні її перспективних напрямків в Україні.

Відповідно до сформульованої мети в роботі мають бути вирішені наступні завдання:

- визначення сутності та складових креативної економіки;
- вивчення регіонального аспекту розбудови креативної економіки;
- аналіз впливу культурних та творчих індустрій на розвиток креативної економіки;
- дослідження креативних ресурсів м. Львова у забезпеченні його стійкого розвитку;
- визначення перспектив розвитку креативної економіки як фактору стійкого розвитку територій в Україні з урахуванням зарубіжного досвіду.

Об'єктом дослідження є особливості функціонування креативної економіки для забезпечення стійкого розвитку територій.

Предметом дослідження виступає сектор креативної економіки України як фактор стійкого розвитку територій.

До методів дослідження креативної економіки як фактору забезпечення стійкого розвитку належать такі: конкретно-історичний метод – для розкриття генези поняття «креативна економіка» та «креативні індустрії»; метод систематизації та узагальнення – для комплексного розгляду механізмів сприяння розвитку креативної економіки окремих територій; метод аналізу та синтезу – для дослідження зарубіжного та вітчизняного досвіду розвитку креативної економіки; метод логічного узагальнення – для розроблення висновків та рекомендацій щодо удосконалення розвитку креативної економіки як фактору стійкого розвитку територій в Україні згідно із сучасними загальносвітовими тенденціями.

Інформаційною базою для написання дипломної кваліфікаційної роботи стали статті та публікації з наукових конференцій, звіти ООН та інших

міжнародних організацій, закони України, тексти програм стратегічного характеру, міжнародні документи та ін.

Наукова новизна роботи полягає в узагальненні тенденцій розвитку креативної економіки територій та в пошуку пріоритетних напрямів функціонування української креативної економіки на глобальному ринку.

Структура магістерської роботи відповідає сформульованій меті, виокремленим завданням та складається із вступу, трьох розділів, висновків, містить 13 рисунків, 2 таблиці, 8 додатків. Список джерел налічує 45 найменування. Загальний обсяг роботи складає 64 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОРУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

1.1. Сутність та складові креативної економіки

Корінні зміни, що відбулися у розвитку цивілізації в кінці минулого століття, – глобалізація і нова економіка (економіка знань), – створили передумови для виникнення і розвитку так званої «креативної економіки», яка використовує досягнення економіки знань і заснована, насамперед, на матеріалізації нових ідей і задумів.

Передумовою виникнення креативної економіки вважається поява концепції «креативних індустрій». Концепція креативних індустрій є відносно новою, незважаючи на значну кількість досліджень у цій сфері.

Креативні індустрії мають великий вплив на економіку, тому їх оцінюють за здатністю використовувати знання, таланти та ідеї для отримання прибутку. Це можна реалізувати за допомогою ефективних бізнес-моделей і технологій, що дозволяє їм якнайкраще використовувати свій творчий потенціал. Креативна індустрія – це захоплююча сфера, яка поєднує творчість, виробництво та комерціалізацію унікального контенту. Це забезпечує унікальний нематеріальний і культурний досвід, який неможливо знайти більше ніде.

Сьогодні креативні індустрії, як правило, розвиваються у великих містах, особливо в містах із добре налагодженим ринком, активним соціальним життям і високими доходами населення. Це неймовірно видовище - спостерігати, як ці міста стають центрами творчості та інновацій. Висока якість життя та чудові міські послуги можуть дати місцевості економічну та соціальну перевагу над конкурентами. Це підвищує динаміку в регіоні, що призводить до конкурентних переваг.

На рис. 1.1 наведено складові елементи креативних індустрій.



Рис. 1.1. Складові креативних індустрій

Однією з переваг розвитку креативних індустрій для національних економік є можливість отримання прибутку від експорту, адже товари та послуги вироблені у сфері креативної економіки можуть бути об'єктами міжнародної торгівлі.

Досить часто креативну економіку ототожнюють з інформаційною, інноваційною, новою економіками, економікою знань. Для цього є певні підстави, адже креативна економіка частково сформувалась на основах кожної із зазначених категорій. Так, креативна економіка побудована на ІТ-індустрії, науці, інноваціях, Інтернеті як новій технологічній інфраструктурі економіки, знаннях, інтелектуальній діяльності. Проте, на відміну від інших видів, в креативній економіці головним активом є інтелектуально-креативна людина, яка створює інноваційну і конкурентоздатну продукцію, динамічне економічне зростання на базі розвитку креативних індустрій.

Економісти з Індонезії визначають її як «нову економічну епоху після аграрної, промислової та інформаційної економік, яка посилює інформацію та

креативність, спираючись на ідеї та знання як основні фактори виробництва в економічній діяльності» [36].

Поняття «креативної економіки» з'явилося наприкінці XX століття та почало активно формуватися на початку XXI сторіччя. Генезис креативної економіки наступний:

- 1998 рік – публікація доповіді «Проектування креативної індустрії» Міністерством культури, засобів інформації та спорту Великобританії, в якій містилося визначення креативної індустрії як такої, яка сприяє підвищенню рівня добробуту та збільшенню кількості робочих місць на основі застосування та розвитку креативності, знань та вмінь [31];

- 2000 рік – поява дефініції креативна економіка в журналі «Business Week» у статті «The 21-st century corporation: The Creative Economy», в якій було зазначено, що в XXI столітті, великим компаніям та корпораціям для своєї адаптації до умов нової економіки, необхідно враховувати, що основним фактором її виробництва є інтелектуальний капітал;

- 2001 рік – вихід книги Дж. Хоккінса «Креативна економіка», в якій автор стверджує про появу нової економіки, яка, змінюючи відносини між підприємництвом та творчістю та поєднуючи їх, буде досягати унікальності та ефективності [25].

При цьому експерти Конференції ООН з питань торгівлі та розвитку під креативною економікою розуміють креативну власність із потенціалом для зростання та розвитку економіки. А в доповіді ЮНЕСКО креативна економіка визначається як один із найбільш швидко зростаючих секторів світового господарства, не лише з погляду отримання доходу, а і створення нових робочих місць і збільшення обсягу експортних надходжень [30].

Уперше поняття «креативна економіка» було згадано в 2000 р. в журналі Business Week. Автор статті міркував про зміну ролі корпорації в XXI ст., можливості її адаптації до умов нової економіки, коли зростає значимість ідей, а ключовим чинником виробництва стають інтелектуальні ресурси. В основі креативної економіки лежить здатність суб'єктів вирішувати виникаючі і

потенційні проблеми за допомогою нестандартних методів, що дають змогу досягти високого ступеня конкурентоспроможності та отримати додаткові економічні й соціальні ефекти.

Отже, поняття креативної економіки сьогодні є відносно новим, проте вже можна виділити певні сформульовані його визначення з різних позицій та поглядів, що наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Погляди до розуміння дефініції «креативна економіка»

Автор	Визначення
Федулова Л.	Креативна економіка ґрунтується на умовах і факторах генерування інтелектуально-прагматичного знання, проривних творчих ідей і винаходів, на засобах їх ефективної трансформації у високоприбуткові продукти, а також на талантах, які створюють унікальні ідеї, культурні й матеріальні цінності [3]
Флоріда Р.	Професійна діяльність у галузі креативної індустрії [24]
Чорна В. М., Бредіхін М. В.	Новий напрям досліджень і практичної діяльності орієнтований на артикульоване з'єднання творчих інновацій і економічної активності суб'єктів [29]
Пакуліна А. А., Євсєєв А. С.	Концепція, яка ґрунтується на взаємодії між творчістю людини, ідеями, інтелектуальною власністю, знаннями і технологіями [17]
Дубина І. Н.	Сектор національної та світової економіки, в якому виробляються, розподіляються та споживаються продукти та послуги, пов'язані з творчою діяльністю (продукуванням і розробкою нових та потенційно значущих ідей) [3]
Головін С. Ю.	Сектор економіки, заснований на різних видах інтелектуальної праці [20]
Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М.	Концепція постіндустріальної економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин щодо виробництва розподілу та споживання благ, що базуються на використанні у ролі факторів виробництва інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту породжувати нові оригінальні ідеї, у результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга, наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб [23]

Джерело: [18]

Отже, на нашу думку, креативну економіку можна визначити як складову нової (постіндустріальної) економіки, в основі якої є концепція, що ґрунтується на сукупності специфічних відносин між економічними суб'єктами щодо виробництва, реалізації, споживання та розподілу;

функціонування якої потребує творчих ресурсів, знань, інформації для створення нових ідей та цінностей, інновацій, креативної та економічної продукції, що приведе до позитивних економічно-соціальних зрушень.

Ознаками креативної економіки є [3]:

- безперервний інноваційний розвиток, суттєва роль людського капіталу в інноваційному розвитку країни;
- інвестиції в нові товари, послуги, технології, розвиток людини;
- велика частка наукомісткої продукції у ВВП;
- конкуренція на основі інновацій;
- спеціалізація та кооперація у сфері інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів;
- захист об'єктів інтелектуальної власності.

Основна відмінність креативної економіки від традиційного економічного укладу полягає у тому, що головний інструмент у ній – знання, ресурс – інформація, а продукт – інновація. Концепція креативної економіки об'єднує такі розрізнені поняття, як «інформаційна економіка», «економіка знань» та «інноваційна економіка». «Сировина» креативної економіки – таланти, який породжує нові, оригінальні ідеї і перетворює їх на економічний капітал і продукти, що продаються. Ключовими чинниками ефективного становлення, росту і розвитку креативної економіки є людський капітал, внутрішній попит, інновації, інвестиції, технологічна, організаційна та інституційна модернізація, а також творча діяльність усіх суб'єктів ринку. Забезпечуючі чинники – креативний, інноваційний, інвестиційний, виробничий і соціальний менеджмент [16].

Креативна економіка охоплює такі виміри як: економічний, соціальний, культурний та сталий розвиток (рис. 1.2) і є одним з факторів економічного розвитку регіонів і країн.

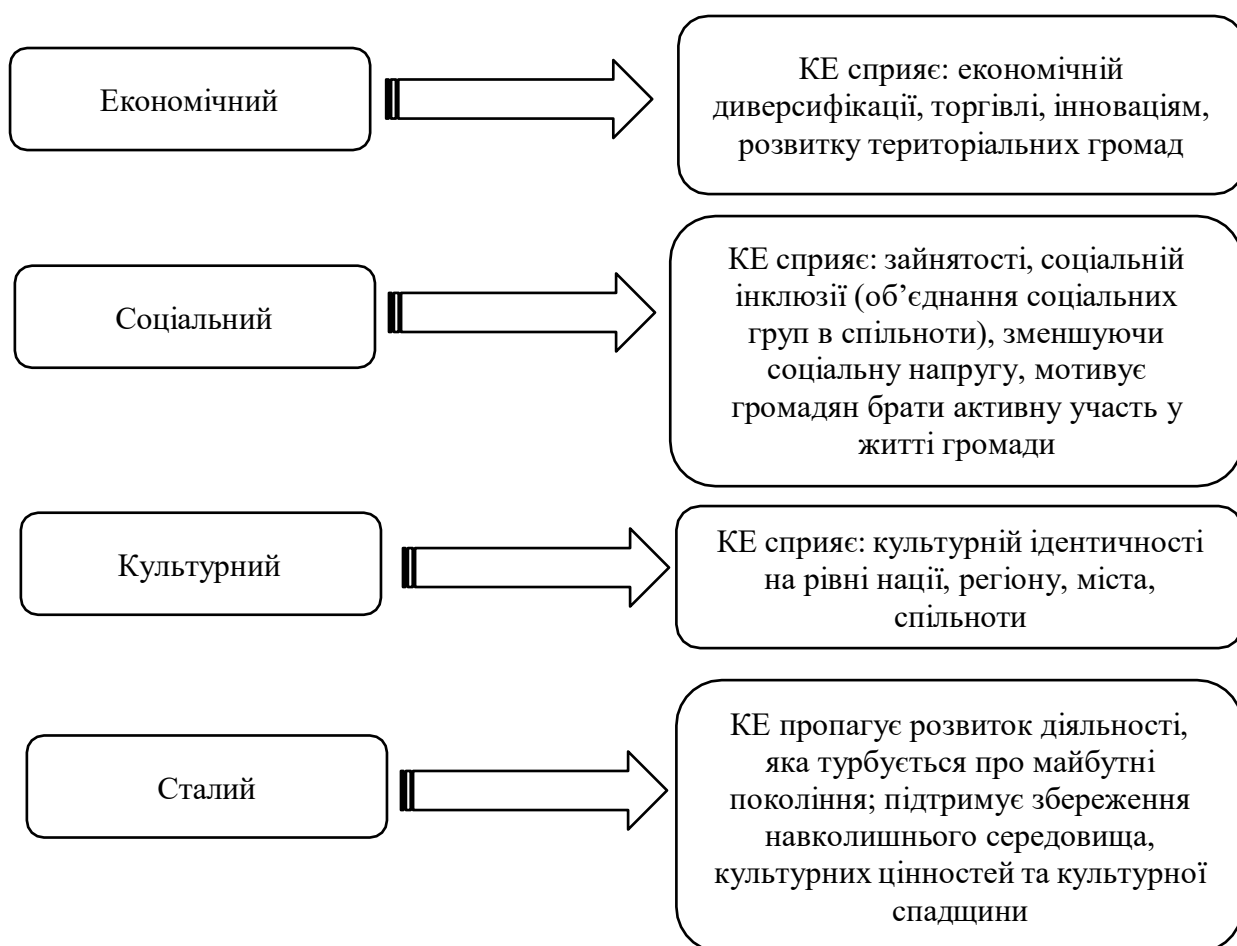


Рис. 1.2. Сучасні виміри креативної економіки

Джерело: [7]

Креативна економіка робить значний внесок у досягнення Цілей сталого розвитку, чим продовжує завойовувати міжнародне визнання та підтримку. Вона є каталізатором для побудови інклюзивного, згуртованого суспільства та життєздатним шляхом для реалізації стратегій економічної диверсифікації з досі до кінця не прорахованим потенціалом.

Креативна економіка має як комерційну, так і культурну цінність. Визнання цієї подвійної цінності змусило уряди світу розширювати та розвивати креативну економіку в рамках стратегій диверсифікації економіки та реалізації завдань щодо стимулювання економічного зростання, процвітання та добробуту.

У межах креативної економіки можуть взаємодіяти різні види економічної діяльності, створюючи нові продукти, формуються нові бізнес-

моделі, нові типи соціальних стосунків, нові культурні парадигми. Вона покликана сформувати привабливий інвестиційний клімат, сприяти зростанню соціального капіталу та розвитку соціальної сфери, модернізувати сферу освіти тощо. Через широту поєднання різноманітних видів економічної діяльності та соціально-економічних, культурних ефектів, які генерує креативна економіка, чимало країн, включаючи Великобританію, зіткнулися зі складним питанням – до якої сфери віднести креативну економіку. Чи має вона бути в сфері економічної політики, промислової політики, культурної політики, освітньої політика чи усіх чотирьох? Однозначної відповіді на це питання немає, адже кожна країна по своєму оцінює вартісний вимір даного сектору та очікувані соціально-економічні ефекти.

Отже, креативна економіка є однією з базових складових нової економіки, яка в сучасних умовах перебуває на стадії становлення та сутність якої полягає в застосуванні останніх досягнень, розробок, інновацій, технологій, креативності у своєму функціонуванні, яке супроводжується зміною підходів та принципів до організації та управління бізнес-процесами, сприяє зміцненню та зайнятті ключових позицій нематеріальних факторів виробництва.

1.2. Регіональний аспект розбудови креативної економіки

Креативна економіка відіграє все більшу роль у сталому розвитку територій. Його можна розглядати як рушій місцевого економічного розвитку, і його вплив слід вимірювати відповідно.

Вимірювання впливу креативності на сталий розвиток є складним завданням, яке потребує багатовимірного підходу. Це передбачає розгляд таких речей, як створення робочих місць, отримання прибутку та якість життя. Потім ці дані можуть бути використані для інформування політиків про те, як найкраще просувати креативну економіку для отримання максимальної користі.

Розуміючи наслідки креативності для сталого розвитку, ми можемо забезпечити процвітання наших місцевих економік і підтримку наших громад у їх прагненні до кращого майбутнього.

Сталий розвиток, відповідно до перших трьох стовпів UNDESA, це:

- економічне зростання з акцентом на справедливості та інклюзивності;
- соціальний добробут, який забезпечує гідність і рівність для всіх;
- охорона навколишнього середовища та управління.

Творчість відіграє важливу роль у кожному з цих стовпів, і глобальна креативна економіка може допомогти досягти цього. Однак не можна покладатися лише на креативність для досягнення результатів сталого розвитку, якщо вона не реалізована стратегічно в контексті самої стійкості. Творчі підходи, які об'єднують мистецтво, науку, технології та нові методи/практики з метою зростання необхідно розробити та впровадити спеціально для досягнення сталого майбутнього.

Креативна економіка приносить із собою величезні економічні вигоди, а також нематеріальні цінності, які сприяють сталому розвитку на людському рівні. Ми спостерігаємо відхід від більш традиційних ресурсів, оскільки земля, праця та капітал все більше замінюються інтелектуальною власністю. Рушійним фактором цього є людський мозок, який зараз розглядається як один із найцінніших економічних ресурсів. А креативність, як одна з його головних властивостей, допомагає досягти найкращих результатів.

Регіональний і місцевий (субнаціональний) рівень креативної економіки привертає в останні десятиліття найбільшу увагу зарубіжних та українських учених, тому що саме на цьому рівні вбачається можливим обґрунтований вибір пріоритетів соціально-економічного розвитку при практичній взаємодії різних зацікавлених і поінформованих сторін, що відіграють важливу роль у процесах розробки, збереження, передачі й комерціалізації знань.

Вплив окремих факторів на формування в регіоні креативного середовища та сприятливих умов для розвитку креативної економіки може

певною мірою ускладнити розробку регіональної політики розвитку креативної економіки [2].

Досвід передових країн показує, що в останні десятиліття суттєво змінюються парадигми регіонального управління й регіональної політики, актуальними стають новітні теорії регіоналізму. «Глобалізація перетворює регіони в економічних агентів, суб'єктів світової економіки. Вони стають складовою світового господарства, у них усе більшою мірою починає домінувати нова стратегія розвитку, започаткована на глобально орієнтованій регіональній політиці, на конкуренції, започаткованій на формуванні, нагромадженні й використанні людського капіталу регіонів» [26].

В умовах упровадження політики децентралізації пошук шляхів усунення більшості регіональних проблем спрямований на визначення внутрішніх механізмів їхнього вирішення в самому регіоні, найбільш ефективним і реалістичним з яких є інноваційно-креативний.

Нова енергія абсорбується в тих містах, які відкриті для різноманітності і одночасно здатні інтерналізувати зовнішні ефекти, що породжуються креативною економікою. Найбільш успішним територіям буде потрібний потенціал соціальної адаптації, яка надасть їм можливість відкривати нові сфери економіки та інноваційні індустрії [35]. Водночас економіка регіонів усе більше стає залежною від рівня розвитку креативного капіталу, основу якого складає креативний клас (рис. 1.3).

Драйвером створення креативного середовища є приватна ініціатива власника території, який не просто схвалює появу на його території нового суб'єкта, але вкладає кошти у проект. Такі інвестиції пояснюються найчастіше бажанням зайнятися чимось цікавим і престижним. Інша група інтересу – творчі люди – куратори, художники або архітектори. Вони захоплені новими художніми завданнями, створенням свого роду «творчої лабораторії» великого масштабу й не завжди заклопотані соціальними або суто міськими проектами, справедливо відносячи їх на рахунок міської влади. Те, що міські майданчики вирішують, у тому числі, і завдання «рекультивациі» депресивних

промислових районів міста, відбувається за рахунок специфіки самих просторів і тої діяльності, яка на них здійснюється.

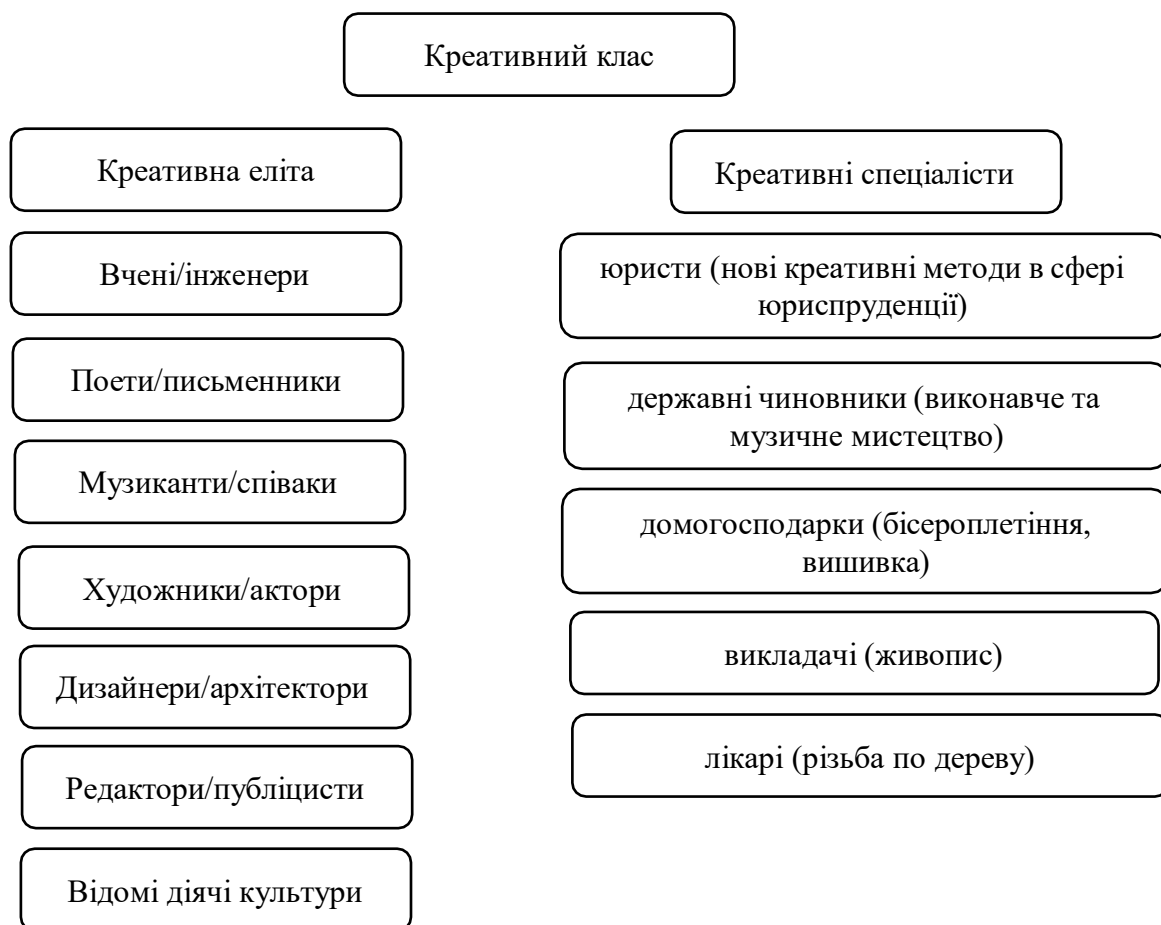


Рис. 1.3. Складові креативного класу

Джерело: [19]

Нові креативні простори – це не просто місце, не просто спорожнілі зали колишніх заводів, фабрик, об’єктів застарілої інфраструктури. Це, на думку експертів, процес складніший, пов’язаний не лише з магією місця з точки зору творчих людей – живописних промислових розвалин, але і з певними законами створення такого типу міських просторів. Обов’язковим має бути об’єднання різних співтовариств і різних типів діяльності для утворення відповідної синергії креативності. Також необхідним має бути так званий «вхід в місто», наприклад, найбільш запитаними є площі, які на перший погляд не призначені ні для яких цілей – це внутрішні двори, місце зустрічей, неформальних обговорень, забав дітей, підлітків і молоді. Проте здебільшого в українських

містах доки ще відсутній відкритий Art Play, майданчики складно пов'язати з креативними індустріями як прибутковим бізнесом. Як бізнес-проекти для креативних компаній вони майже не працюють. Проте, коли мова йде про розбудову креативної економіки, бізнес-складова є одним з важливих і необхідних умов.

На цей момент набирають популярності питання створення креативних кварталів і креативних кластерів. Сутність цих заходів полягає в тому, аби сконцентрувати в одному районі безліч креативних людей, створюючи для них сприятливі умови. Таким чином створюється місце з «творчою атмосферою». Згодом цей район стає популярним і модним, на нього починають звертати увагу інвестори і великі девелопери.

Креативна діяльність регіону тісно пов'язана з його інноваційною діяльністю, оскільки саме завдяки інноваційній діяльності відбувається процес перетворення нових креативних ідей у форму, яка необхідна для виробництва, споживачів, ринку. Саме завдяки активній інноваційній діяльності регіону креативні ідеї та продукти матимуть змогу користуватись попитом [12].

На сьогоднішній день сектор креативної економіки в Україні поступово розвивається. Загалом можна констатувати, що в країні є вже достатня кількість ініціатив, які починають реалізовуватися у формі креативних кластерів, спеціальних арт-проектів у сфері актуальних видів мистецтв та у сфері художньої культури, створюються нові інституції, такі як інноваційні пули, креативні платформи й т. і. Поступово вирішуються питання щодо охорони інтелектуальної діяльності в цій сфері. Так, відповідно до частини 5 статті 47 Закону України «Про авторське право та суміжні права», суб'єкти авторського права і (або) суміжних прав можуть доручати управління своїми майновими правами на колективній основі відповідним державним організаціям, установчі документи яких передбачають здійснення таких функцій. Оновлено базу даних в IPI System (інформація про правовласників), що надає можливість іноземним організаціям колективного управління

ідентифікувати авторів Агентства та сприяє збільшенню надходжень авторської винагороди.

Найбільш масовими заходами у сфері розбудови креативної економіки є зібрання зацікавлених осіб, що також є позитивним моментом, оскільки для початку має бути створена «критична маса» представників креативного класу, яка групується на різноманітних креативних платформах.

Актуальність питання щодо сучасного реформування міст не викликає сумнівів, оскільки воно дозволяє всім без винятку активно залучатися в процес упорядкування громадського простору. Пріоритетом може стати, наприклад, оживлення ролі мистецьких інституцій, створення креативних просторів тощо. Звичайно, кожне місто вирішує це питання по-своєму, але слід усвідомити, що підтримка актуальних громадських ініціатив із залученням широкого кола учасників завжди дає позитивні результати.

Креативна економіка впливає на туристичний образ агорекреаційних регіонів, а також стимулює нову територіальну громаду до туристичного бізнесу, до взаємопроникнень різних сфер мислення та зайнятості населення, наприклад, у виноробних регіонах. Фахівці з проблем розвитку агротуризму визначають, що одним з найпопулярніших видів туризму у 2020 р. став спеціалізований, який дуже активно розвивається. До нього можна віднести і туристичні програми, пов'язані з відвідуванням місць виробництва різних вин. Історично склалося так, що Європа через географічні, кліматичні, екологічні, культурні та політичні умови є найбільшим у світі виробником і експортером вин високої якості. Туристів приваблює не тільки європейська кухня, а й вина, а також численні дегустації та національні свята, пов'язані зі збором винограду. Таким чином, туризм і виробництво продукції з сонячних ягід, сукупно складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії. Але цей турпродукт ще не достатньо присутній на українському туристичному ринку, тому необхідно розглянути потенціал і можливості розвитку винного туризму в регіонах півдня України. Наприклад, практична реалізація регіональної програми

«Виноградарство і виноробство Одещини на 2013-2025 роки» безпосередньо залежить від інтенсивності процесів пошуку та залучення внутрішніх ресурсів розвитку аграрного сектору економіки. Виконання цієї програми дозволить регіону вийти на новий рівень у розвитку виноградарства і скласти конкуренцію провідним виноробницьким регіонам світу [14]. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, турфірм в регіонах півдня України можна створити туристичний напрям і його продукт, здатний конкурувати за якістю і обсягами вин, зайняти гідне місце на винній туристичній карті Європи.

Та все ж мусимо погодитися з експертами, що в Україні розбудова креативної економіки в регіонах відбувається вкрай повільно. Є окремі креативні люди, тобто креативний клас. Є невеликі організації, самозайняті люди, яких можна назвати учасниками креативного сектору. Та водночас усі ці окремі гравці стають учасниками глобальної креативної економіки. Наприклад, стартап Lookserу (Одеса) був придбаний Snapchat як додаток до цієї соціальної мережі; компанія Grammarly, яка хоч і створена українцями і має основні офіси в Києві та Сан-Франциско, але працює на англomовному ринку.

Узагальнюючи наведені приклади започаткування осередків креативної економіки в Україні, експерти констатують [8] наявність слабкої інституційної спроможності сектору за потужного творчого потенціалу й відповідних амбіцій його гравців.

Як справедливо зазначає Ю. Сотнікова [21], пряме перенесення методики Р. Флориди для дослідження вітчизняних регіонів за рівнем креативності є неможливим, оскільки за низкою найважливіших показників моніторинг у нашій країні не ведеться (рівень толерантності регіональних спільнот, можливість самовираження і т. і.); існує проблема інформаційної сумісності міжнародних показників і тих, що відслідковуються в Україні (наприклад, чисельність людей, зайнятих у креативних сферах діяльності).

Автором було запропоновано нові показники, що, на нашу думку, більш реально відображають українські реалії, ніж показники, запропоновані Р. Флоридою та за якими ведеться статистичний облік. Регіони-лідери за індексом креативного класу (Харківська, Дніпропетровська, Київська, Львівська та Одеська області) мають диверсифіковану структуру економіки з високим рівнем розвитку сектору послуг, а також великою кількістю навчальних закладів і ВНЗ, де сконцентрована більшість представників креативного класу.

Таким чином, у перший кластер увійшли регіони (Харківська і Дніпропетровська), що є великими з тривалими університетськими традиціями університетськими, науково-освітніми центрами. У цих регіонах сконцентрована велика кількість талановитої молоді, яка після закінчення вищих навчальних закладів частіше за все працевлаштовується саме в так звані креативні індустрії.

У другий кластер увійшли регіони (Закарпатська, Луганська, Львівська, Одеська і Чернівецька), які характеризуються високим рівнем толерантності та питомою вагою креативного класу. Високий творчий потенціал цих регіонів забезпечується позитивними характеристиками місцевих співтовариств, але поки що слабо підкріплений реальною інноваційною діяльністю.

Третій кластер представлений регіонами (Житомирська, Полтавська, Сумська, Херсонська, Хмельницька і Черкаська), у яких, навпаки, у не зовсім сприятливих умовах для розвитку креативного середовища високі значення інвестицій у дослідження та технології. У цей кластер увійшли агроорієнтовані регіони. Саме цей кластер має високу можливість розвитку креативного потенціалу.

До четвертого кластера належать регіони-аутсайтери рейтингу креативності (Вінницька, Волинська, Донецька, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Миколаївська, Рівненська, Тернопільська і Чернігівська). Це здебільшого так звані старопромислові регіони, у яких важливу роль, як і раніше, відіграють створені ще за

радянських часів промислові гіганти. У міжорганізаційній взаємодії всередині таких регіонів домінують вертикальні контракти. Частка малого бізнесу в місцевій економіці незначна. Кваліфіковані, творчі кадри масово виїжджають з цих областей до сусідніх і центральні регіони з менш жорстко організованим виробничим життям і більш різноманітним культурним середовищем [21].

Таким чином, основними передумовами становлення креативної економіки регіону є:

- 1) здатність населення, суб'єктів господарювання регіону швидко генерувати нові ідеї та приймати нестандартні рішення;
- 2) конкуренція між суб'єктами господарювання регіону за здатність використовувати знання та ноу-хау;
- 3) забезпечення умов розвитку особистості;
- 4) здатність швидко переміщувати потоки інформації всередині та за межами регіону;
- 5) рівень міжнародного співробітництва та спілкування населення, суб'єктів господарювання, органів місцевої влади.

Отже, передусім потрібно створити креативне середовище, яке б характеризувалося наявністю умов, що стимулюють економічних суб'єктів шукати нові, нестандартні, більш ефективні шляхи вирішення проблем, реалізовувати заходи, що сприяють досягненню поставлених цілей за рахунок швидкої й успішної адаптації до реальності, що змінюється. Креативність є важливою характеристикою середовища, сприятливою для здійснення інноваційної діяльності: саме застосування нестандартних підходів до усунення труднощів, що виникають, приводить до появи інноваційних результатів (якісно нових технологій, продуктів і т. і.). Водночас, креативне середовище має значення для економічної діяльності будь-якого виду, оскільки в сучасних умовах динамічної трансформації параметрів діяльності соціально-економічних систем здатність вчасно й результативно вирішувати нові завдання є найважливішою умовою розвитку.

Отже, креативна діяльність набуває характерних рис процесу, що саморозвивається: ініціюючи економічний розвиток, вона сама значно обумовлюється масштабами його результатів. Тобто мова йде про формування інноваційних екосистем. З економічної точки зору інноваційна екосистема регіону становить собою набір певних регіональних умов, що забезпечують успішне створення й розвиток підприємств, наявність дослідників і компаній, що займаються розробкою передових технологій у галузі конкретних знань. Генерація й залучення креативних ідей є першою обов'язковою умовою успішного функціонування екосистеми; існування співтовариств, що створюють ідеї і мають можливість збиратися разом на відповідній організаційній платформі та обговорювати їх. Окрім того, необхідна наявність економічних агентів з підприємницькими, менеджерськими здібностями організовувати інноваційні бізнес-процеси; можливість фінансового забезпечення інноваційної діяльності насамперед за рахунок доступу до венчурного капіталу, фінансових ресурсів бізнес-ангелів і значної кількості інших інвесторів

Таким чином, попри загальний низький рівень розвитку креативної економіки, уже сьогодні в українських містах існує потенціал, який дозволяє позитивно оцінювати креативне майбутнє країни. Кожному з міст властиве своє співвідношення чинників формування креативного середовища і пов'язаних з ними типів капіталів (соціальний, культурний і економічний), які дозволять підвищити рівень креативності середовища за умови розумного використання ресурсів. Для цього регіональна економічна політика повинна мати системний характер, і завдання підвищення конкурентоспроможності, модернізації економіки й розвитку людського потенціалу необхідно вирішувати комплексно, з врахуванням економіко-технологічного, соціокультурного й політичного контексту. Ці сфери політики мають бути горизонтально скоординовані й взаємозалежні, щоб сприяти креативності й зростанню, не підриваючи при цьому цілей «розумної спеціалізації». Це викликає і необхідність горизонтальної координації секторальних сфер

політики, які традиційно вважалися дещо незалежними одна від одної. Політика в галузі конкуренції має розглядатися як ефективний інструмент прискорення, але вона має брати до уваги потенціал інноваційної діяльності й розвитку людських ресурсів.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОРУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз впливу культурних та творчих індустрій на розвиток креативної економіки

Креативна економіка є перспективним сектором розвитку України. Цей розвиток набув особливо помітної динаміки з 2016 року, коли галузі креативної економіки почали стрімко нарощувати вагу в українській економіці за більшістю ключових макроекономічних показників.

У нинішніх умовах економічне зростання країни та регіональний розвиток значною мірою залежать від окремих людей або команд, які застосовують свій досвід, креативність та досвід.

Міністерство займається розвитком стійких регіонів і просуванням креативної економіки, сприяючи одночасному розвитку обох ресурсів. Це допоможе стимулювати зростання та розвивати креативну економіку в кожному регіоні. Такі проекти є чудовим способом пожвавлення економіки, запобігання виїзду молоді за кордон і впровадження нових соціальних і культурних ініціатив, залежно від історії та культури різних регіонів. Міністерство розвитку громад та територій України вживає активних заходів щодо розвитку та зростання креативної економіки в країні, створюючи Центри розвитку креативної економіки в усіх регіонах. Така ініціатива заслуговує похвали через її прагнення сприяти економічному зростанню. Створення таких центрів дає багато переваг. Це сприяє зростанню креативної економіки, стимулює економічну діяльність і підприємництво, зменшує безробіття та еміграцію молоді. Усі ці фактори сприяють сталому розвитку громадян країни. Регіональні стратегії на найближчі роки врахували впровадження пілотних проектів, що є чудовим кроком.

Регіональна та місцева влада активно інвестує у реалізацію культурних та творчих проектів. Стратегія за напрямком «Креативні індустрії та індустрія

гостинності» робить акцент на створенні конкурентоспроможної креативної економіки та розвитку туризму як засобу економічного зростання. Вона прагне забезпечити соціально-культурний розвиток у всіх регіонах, що, безумовно, є гідною мети. Відповідно до цього стратегічними цілями є [9]:

- збільшити частку креативних індустрій у доданій вартості з 3,86% до 5%;
- збільшити частку креативних товарів в експорті від 0,5% до 3%;
- збільшити кількість зайнятих з 3,57% до 4,5% від загальної кількості працевлаштованих;
- підвищити позицію у Глобальному індексі інновацій у категорії Creative goods and services з 95 на 25 позицію;
- підвищити захищеність прав інтелектуальної власності;
- посісти 45 місце у The Travel & Tourism Competitiveness Index;
- покращити доступ представників креативних індустрій до фінансових ресурсів;
- забезпечити високу якість сервісу та безпеки у сфері туризму [9].

Сучасні підходи до аналізу розвитку внеску культурних галузей творчих концентруються не на виробничій структурі діяльності, а на людських ресурсах, зайнятих у культурній галузі (творчий клас). Творчий клас приносить економічне зростання країнам, які можуть залучати людей і стимулювати середовище для технологій і толерантності, що відоме як теорія 3Ts. Теорія 3Ts ґрунтується на трьох ключових факторах зростання - креативний клас (талант), толерантність і високі технології. Концепція 3Ts є частиною теорії, яка серед факторів економічного зростання виділяє творчий капітал [32]. У креативній економіці виробництво товарів і послуг масового споживання базується на здатності людини генерувати нові ідеї, продукти, послуги, процеси. Ці показники стали основою для Глобального індексу креативності (Global Creativity Index (GCI). Аналіз індексу креативності демонструє зв'язок з показниками економічної конкурентоспроможності, людського розвитку та задоволенням життям. Країни, які домінують у

рейтингу індексу креативності є лідерами і в інших сферах – людського і економічного розвитку.

Доступність природних ресурсів уже не є базисом для економічної розвитку суспільства. Концентрація талановитих людей, що можуть створювати новий простір, втілювати нові ідеї може забезпечити приплив фінансових ресурсів та технологій для подальшого зростання. В епоху творчості регіони продовжуватимуть оцінюватись за їх ВВП на душу населення та іншими традиційними заходами, але саме їхній загальний творчий результат визначає їх стійкий успіх [33].

Важливим елементом креативної економіки є креативні послуги, які могли стати однією з найдинамічніших майбутніх сфер зростання. Креативні послуги розвиваються наряду з цифровою та економікою спільного користування, вони є супутніми для електронної комерції. Завдяки цьому креативні послуги могли забезпечити відносну стійкість у період економічних криз. Проте, 2020 рік став переломним і для креативних галузей, і для всієї світової економіки.

Креативні галузі виявились дуже чутливими до пандемії COVID-19. Закриття установ культури (театри, музеї, кінотеатри) вплинуло не тільки на виробників культурного продукту, а й на весь ланцюг формування вартості – створення, виробництво, розподіл і споживання [34].

Криза стала каталізатором для переходу в онлайн-режим та оцифруванню культурного продукту. Попри розвиток цифрових технологій зберігаються географічні нерівності у торгівлі внаслідок логістики, слабо розвиненої інфраструктури. Навіть за наявності мобільного зв'язку, багатьом країнам не вистачає можливостей доступу на ринок культурних товарів і послуг. За даними ЮНКТАД, багато малих креативних підприємств, стикаються з проблемами виходу на експортні ринки, перевезення товарів за кордон, знання регуляторних вимог у країнах-експортерах та імпортерах та торговельного фінансування [39].

У 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2 % доданої вартості (132,4 млрд грн) у структурі української економіки. У 2019 цей показник становив 3,9 % (рис. 2.1).

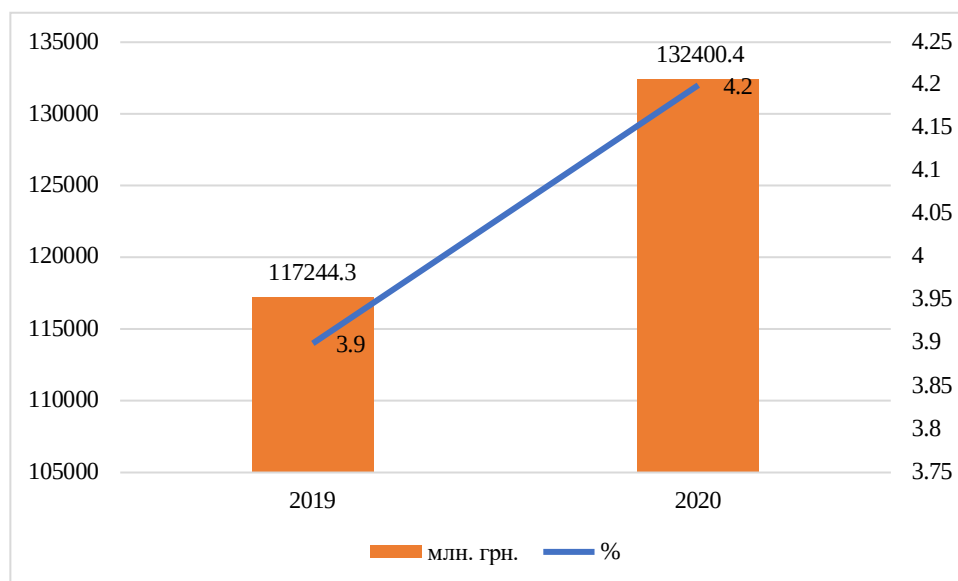


Рис. 2.1. Додана вартість у креативних індустріях за 2019-2020 рр.

Джерело: складено автором за [13]

Значна частка цього зростання припадає на сектор ІТ. Чотири види економічної діяльності ІТ (58.21, 58.29, 62.01, 62.02) створили понад 60 % доданої вартості у структурі креативних індустрій. Ще 15 % припадає на рекламу і PR (70.21, 73.11, 73.12), 13 % - на кіно й телебачення (59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 60.20), близько 3 % - на архітектурну діяльність (71.11), близько 3 % - на видавничу справу (58.11, 58.13, 58.14, 58.19, 74.30), 2 % - на концертну і театральну діяльність (90.01, 90.02, 90.04).

Деякі види діяльності значно покращили свої показники порівняно з попереднім роком, особливо ІТ та дизайн (видання комп'ютерних ігор +61 %, діяльність із дизайну +40 %, комп'ютерне програмування +33 %), натомість інші постраждали від коронакризи (демонстрація кіно -70 %, розповсюдження фільмів і телепрограм -37 %, видавнича справа від -26 % до -14 %, музеї -26 %, театральна та концертна сфера від -12 % до -5 %).

Зростання доданої вартості у креативних індустріях у кризовому 2020 році є досить неочікуваним, адже цей сектор надзвичайно постраждав під час

пандемії. Дослідження ЮНЕСКО «Cultural and Creative Industries In the Face of COVID-19: An Economic Impact Outlook» демонструє на прикладів 20 держав, що в багатьох країнах падіння доданої вартості, створеної креативними індустріями, сягнуло 30-40 %.

Позитивну динаміку України можна пояснити кількома факторами. По-перше, значною часткою сектору ІТ у структурі креативних індустрій, що виявився менш вразливими до наслідків пандемії. По-друге, високим рівнем тіньової економіки, яка не відображається в статистиці, але водночас є чутливою до кризових ситуацій. Саме неофіційно зайняті працівники найперші постраждали від впливу карантинних обмежень.

Цими факторами може пояснюватися і збільшення частки зайнятих працівників у креативних індустріях з 3,8 % до 4 % попри труднощі на креативному ринку праці під час пандемії (рис. 2.2).

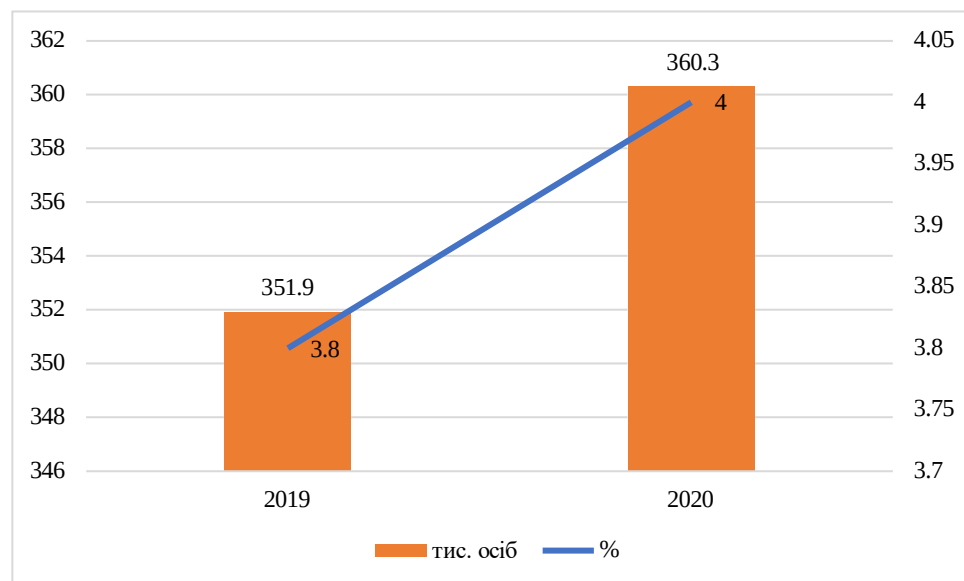


Рис. 2.2. Зайнятість у креативних індустріях у 2019-2020 рр.

Джерело: складено автором за [13]

У секторі ІТ зайнято більш як 210 тис. працівників - це 58 % від усіх зайнятих у креативних індустріях. Порівняно з 2019 роком чисельність працівників тут загалом зросла близько на 10 %.

Що стосується інших секторів, то в структурі креативних індустрій:

- 10 % працівників зайнято в секторі реклами та PR;

- 9 % - у кіно й телебаченні;
- 6 % - у видавничій справі;
- 5 % - в архітектурі;
- 3 % - у театральній і концертній справі.

У всіх зазначених секторах, крім ІТ та архітектури, кількість працівників у 2020 році зменшилася проти 2019 року.

Щодо кількості суб'єктів господарювання, то за статистикою приблизно кожен десятий підприємець в Україні - креативний: кількість суб'єктів господарювання у сфері креативних індустрій становила 11,7 % (230,7 тис.) від загальної кількості підприємств, з них 92 % (211,8 тис.) - фізичні особи-підприємці (рис. 2.3).

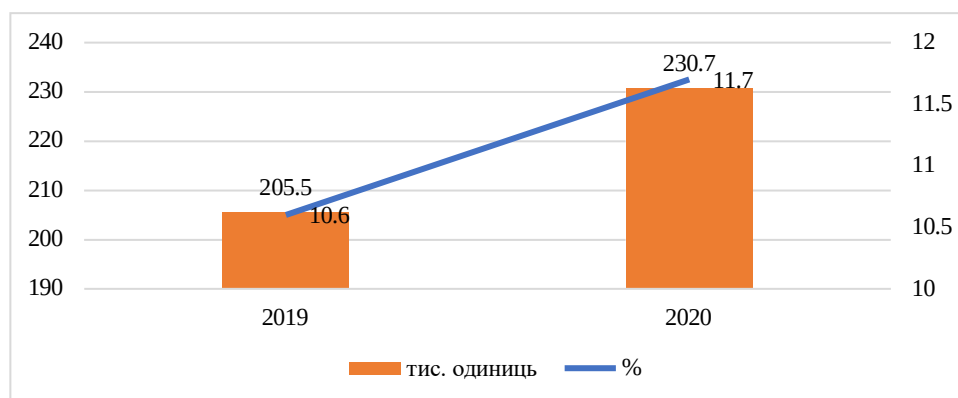


Рис. 2.3. Суб'єкти господарювання у креативних індустріях у 2019-2020 рр.

Джерело: складено автором за [13]

Варто відзначити вагому роль ФОП у креативних індустріях. Вони генерують 20,6 % (53 млрд грн) доданої вартості серед усіх ФОП за всіма видами економічної діяльності. У фізичних осіб-підприємців зайнято майже 224 тис. особи - 62 % від усіх зайнятих у креативних індустріях.

Найбільше суб'єктів господарювання - в ІТ (76 % від загальної кількості підприємств у креативних індустріях), рекламі та PR (7 %), дизайні (3 %, також дизайн показав стрімке зростання кількості підприємств проти 2019 року - +20 %), кіно й телебаченні (2 %).

Зауважимо, що цей огляд не охоплює схему ФОП-оптимізації, що є поширеною серед деяких видів економічної діяльності.

Обсяг реалізованої продукції у креативних індустріях зріс з 2,7 % до 3 % у 2020 році (333,9 млрд грн). Найбільший приріст продемонстрували дизайн (+33 %) та ІТ (+23...+33 %) (рис. 2.4).

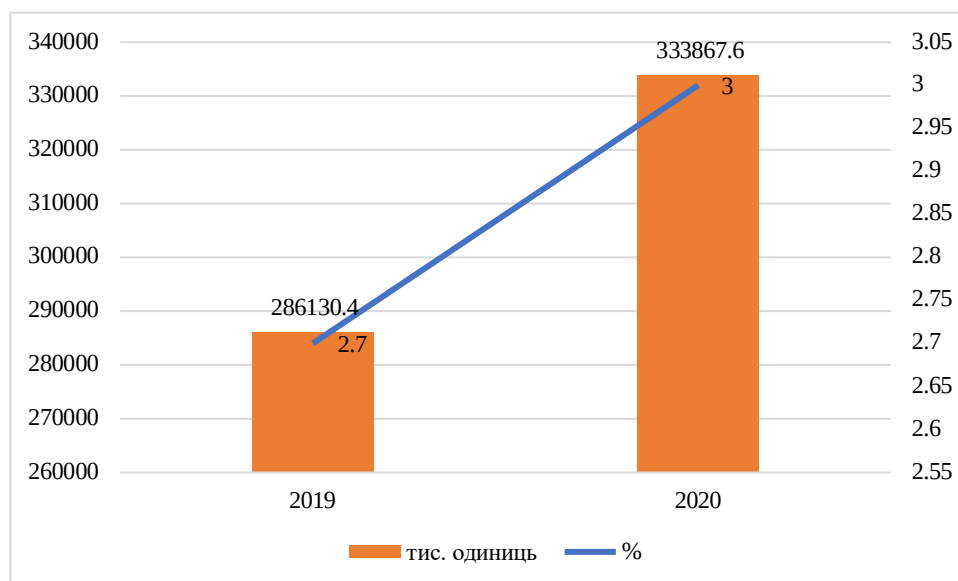


Рис. 2.4. Обсяг реалізованої продукції у креативних індустріях у 2019-2020 рр.

Джерело: складено автором за [13]

За абсолютними показниками обсягу реалізованої продукції у структурі креативних індустрій:

- 66 % належить сектору ІТ;
- 17 % - рекламі та PR;
- 7,4 % - кіно й телебаченню (частка зменшилася проти 2019 року);
- 3 % - видавничій справі;
- 2,7 % - архітектурі;
- 1,5 % — дизайну.

На 36 % порівняно з 2019 роком впав обсяг реалізованої продукції у концертній і театральній справі.

Внесок окремих областей та міст у розвиток креативної індустрії є дуже різним. Одне місто Київ забезпечує більше третини доданої вартості креативного сектору. Харківська, Львівська та Дніпропетровська області – три найбільші (після Києва) виробники українського культурного продукту. З

незначним відставанням після них розташовані Одеська, Донецька та Київська області.

Якщо говорити про показник продуктивності (додана вартість на душу населення), то на чолі рейтингу знаходяться інші регіони. Зокрема, Миколаївська та Полтавська області за цим показником випереджають Дніпропетровську, Львівську та Одеську області.

Загалом, найбільш продуктивними є (рис. 2.5):

1. Місто Київ (2264 грн./ос.).
2. Харківська область (449 грн./ос.).
3. Київська область (383 грн./ос.).
4. Миколаївська область (347 грн./ос.).
5. Полтавська область (344 грн./ос.).
6. Львівська область (342 грн./ос.).
7. Одеська область (321 грн./ос.).
8. Дніпропетровська область (287 грн./ос.).
9. Черкаська область (283 грн./ос.).
10. Запорізька область (273 грн./ос.).

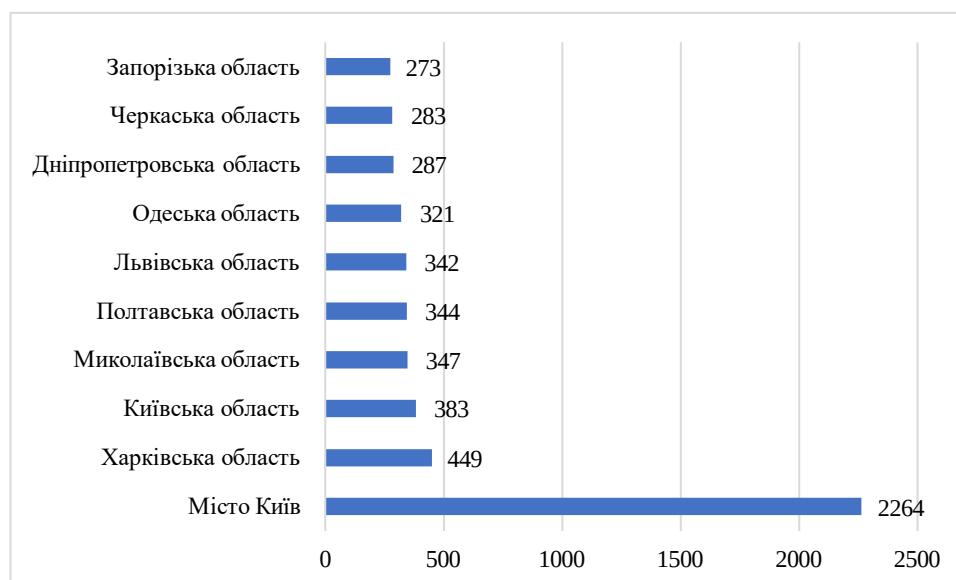


Рис. 2.5. Найбільш продуктивні регіони України за показником доданої вартості на душу населення

Джерело: складено автором за [15]

Найменший обсяг продукту креативної індустрії створює Чернівецька та Кіровоградська області. Отже, вони мають одні із найнижчих показників продуктивності у цій сфері – 195 грн./ос. та 197 грн./ос. відповідно.

Доцільно розглянути обсяг ВРП в розрізі регіонів (рис. 2.6)

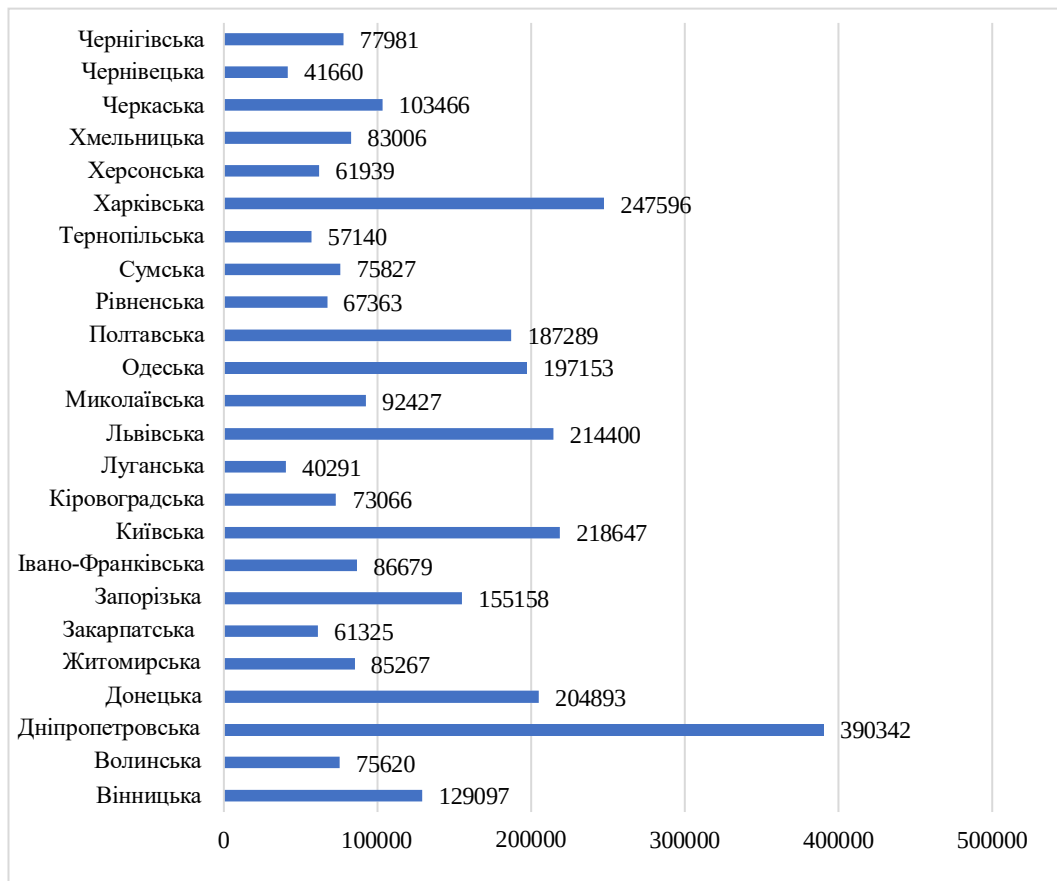


Рис. 2.6. Обсяг ВРП за регіонами у 2020 р.

Джерело: складено автором за [15]

Як видно з рис. 2.6 найбільше обсяг ВРП у Дніпропетровській області, аутсайдерами є Луганська та Чернівецька області.

2021 рік став чудовим для мешканців України з точки зору наявного доходу. У середньому на кожного жителя припадало 86 016 грн проти 74 688 грн у 2020 році. Це значне покращення та позитивний знак для майбутнього країни.

Цього року середній наявний дохід на одну особу в Україні вищий у таких областях, як Київ (211 620,0 грн), Дніпропетровська (107 671,0 грн), Київська (96 293 грн), Запорізька (93 475 грн), Одеська (93 001 грн), Полтавська (92 260 грн.) та Харківська (88 863 грн). Це свідчить про те, що

люди в цих регіонах є більш фінансово забезпеченими, ніж в інших частинах країни.

В Україні за 2021 рік спостерігався значний приріст капітальних інвестицій, який на 113,0% перевищив показник минулого року на 61,8%. Серед 24 регіонів спостерігалось зростання від 0,3% у Кіровоградській до 41,7% в Івано-Франківській – це чудове досягнення, яке демонструє потужне економічне зростання в усіх секторах (рис. 2.7).

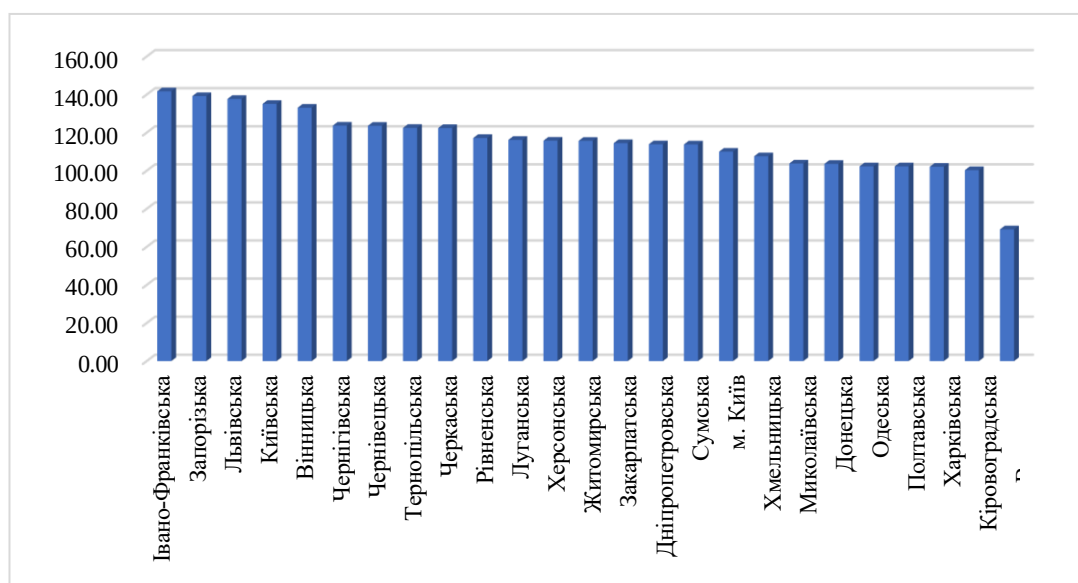


Рис. 2.7. Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року

Джерело: складено автором за даними [15]

Івано-Франківська область зафіксувала суттєве зростання капітальних інвестицій, але це не єдиний регіон, який виграв – помітне зростання спостерігалось в Закарпатській (39,2%), Львівській (37,7%), Києві (35,1%), Вінницькій (33,1%) областях.), Чернігівській (23,7%), Чернівецькій (23,6%) Тернопільській (22,5%) та Черкаській областях (22,4%).

У Волинській області спостерігався помітний спад інвестицій – на 30,8%.

У 2021 році середні капітальні інвестиції на одну особу в Україні становили 11 551,4 гривні. Це є позитивним зрушенням з огляду на те, що

територіальна диспропорція капітальних інвестицій суттєво зменшилася порівняно з 2020 роком (у 40,7 раза) і становить 39,7 раза.

Аналіз стану підключення домогосподарств до мережі Інтернет свідчить, що цей показник суттєво варіюється у регіональному розрізі.

Серед міських домогосподарств найбільша кількість із домашнім підключенням до мережі Інтернет у 2020 році спостерігалася у Чернівецькій (91,6 % загальної кількості таких домогосподарств), м. Києві (90,5 %), Дніпропетровській (90,2 %) та Тернопільській (89,9 %) областях, а найменша – у Кіровоградській (76,9 %), Полтавській (78,7 %), Івано-Франківській (79,0 %), Херсонській (79,2 %) та Луганській (79,5 %) областях.

Лідируючі позиції щодо підключених до мережі Інтернет домогосподарств, які розташовані у сільській місцевості, у 2020 році зайняли відповідно Закарпатська (92,2 %), Івано-Франківська (80,2 %), Тернопільська (77,2 %), Черкаська (75,0 %) та Львівська (72,9 %) області.

Загалом по країні частка міських домогосподарств, які мають доступ до Інтернету вдома, у 2020 році зросла до 85,6 % (у 2019 році – 76,3 %), а сільських домогосподарств – до 66,0 % (у 2019 році – 44,1 %).

Таким чином, тільки третина українських регіонів має високі значення креативного розвитку. Інноваційний прорив здійснюють ті регіони, в яких культурне розмаїття перебуває на міцному фундаменті ефективних інститутів і сильної місцевої влади. Нажаль воєнні дії на території України внаслідок військового вторгнення Російської Федерації призупинили активність у напрямі розвитку креативних центрів в регіонах, але їх актуальність у зв'язку із існуючою ситуацією тільки підвищує значущість їх розбудови для забезпечення повоєнного розвитку регіональних економічних систем. Подальших досліджень вимагають питання, пов'язані із розробкою теоретико-методичних засад оцінювання рівня креативної економіки регіональних економічних систем та напрямів активізації креативності регіонів для досягнення поставлених цілей стратегічного розвитку регіонів та їх повоєнного відновлення.

2.2. Оцінка креативних ресурсів м. Львова у забезпеченні його стійкого розвитку

Українським містом, де світовий досвід та іноземні інвестиції вже стають частиною локальних практик, є Львів.

Виходячи з глибокого переконання, що кожна людина від природи є креативною та творчою, місто Львів є максимально сприятливим середовищем для підтримки цих природних задатків та розвитку креативності в кожному, хто мешкає у місті.

У 2009 році Львів, найбільше місто західної України з населенням 750 тис. осіб, було визнано культурною столицею країни. Відомий своєю багатою літературною історією та друкарською спадщиною, Львів, безсумнівно, є містом письменників, видавців і читачів, половина населення якого зареєстрована в одній із 174 бібліотек міста (рис. 2.7). Слід відмітити низхідний тренд щодо кількості функціонуючих бібліотек у м. Львів. Це пояснюється тим, що в сучасному суспільстві з кожним роком зростає кількість користувачів мережею Інтернет та зростає частка домогосподарств, які мають доступ до послуг Інтернету вдома (рис. 2.8).

На початку двадцятого століття Львів був єдиним містом у світі, де проживали три католицькі архієпископи, і ця традиція релігійної толерантності в місті надихнула багатьох письменників на вивчення спадщини та культури міста.

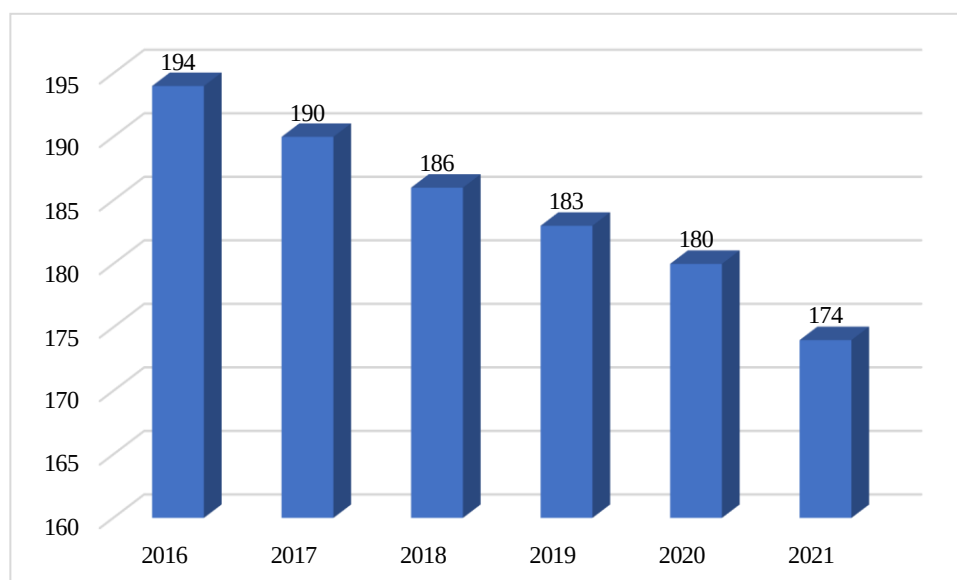


Рис. 2.7. Динаміка кількості бібліотек у м. Львові за 2016-2021 рр.

Джерело: складено автором за [15]

Літературу широко відзначають на фестивалях по всьому місту. З моменту свого заснування у 1997 році Львівський міжнародний літературний фестиваль прийняв 538 авторів із 38 країн і прийняв у місті понад 60 000 глядачів. Це робить його одним із найбільших фестивалів у Східній Європі, який охоплює понад 200 заходів.

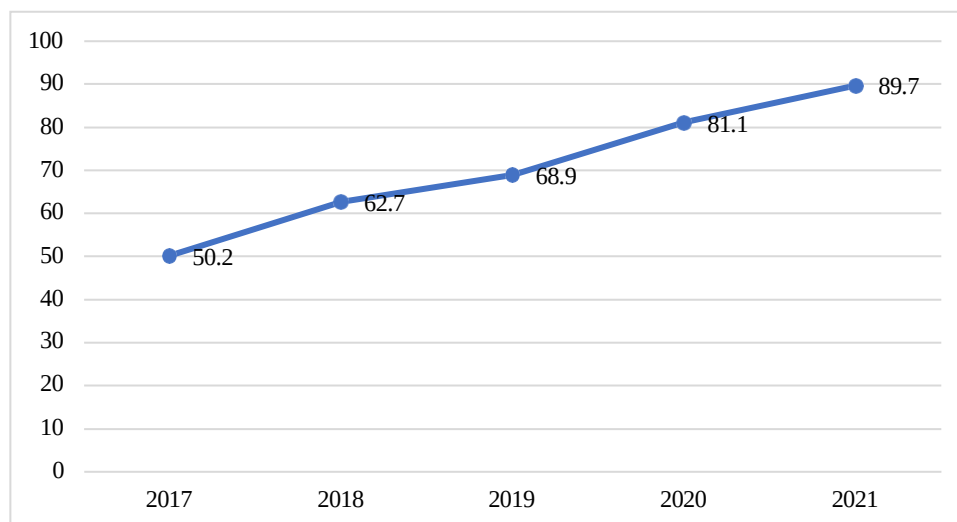


Рис. 2.8. Динаміка зміни частки домогосподарств, які мають доступ до послуг Інтернету вдома у м. Львів за 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором за [15]

На додаток до кількох форумів, пов'язаних з літературою, Львів розвинув свою літературну культуру, з'єднавшись із Норвегією через схему

«Більше країн – більше книг», спрямовану на сприяння духу міжнародної літературної співпраці та обмін досвідом, спільним для читачів і письменників.

Міська рада створила конкретні програми підтримки культурних проектів, зокрема через такі конкурси, як Щорічний конкурс українського книговидання, в якому беруть участь усі видавці міста. Відповідно до стратегії та планів міста, культура та креативність визначені основними пріоритетами для соціальної згуртованості та сталого розвитку, а також для стійкого міського середовища, сприятливої соціальної політики, рівного доступу до освіти та підтримки дослідницьких та інноваційних центрів.

До складу комунальних підприємств, які забезпечують культурний розвиток мешканців м. Львів входять:

- ЛКП «Культурно-мистецький центр «Супутник»;
- ЛКП «Культурно-освітній центр ім. О. Довженка»;
- ЛКП «Львівське радіо»;
- ЛКП «Львівський кіноцентр»;
- ЛКП «Львівський центральний парк культури і відпочинку ім. Б.

Хмельницького».

Загалом динаміка кількості клубних закладів м. Львова наведена на рис.

2.9.

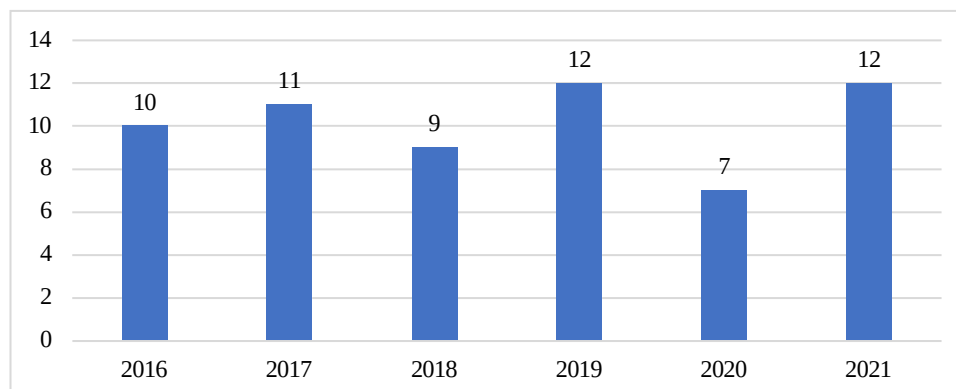


Рис. 2.9. Динаміка кількості клубних закладів м. Львова за 2016-2021 рр.

Джерело: складено автором за [15]

Наведемо приклади культурних та креативних просторів, що діють у Львові. СоММунa (м. Львів) – це простір для втілення можливостей,

правильно організований для роботи, навчання та відпочинку; працює за принципом – усе включено. Для того, щоб тобі було комфортно працювати, встановлено стаціонарні комп'ютери з доступом до Інтернету, пропонується великий вибір настільних ігор, настільний футбол, багато книг, музичні інструменти; є можливість орендувати зал для організації власних заходів: ділових зустрічей, конференцій, літературних та акустичних вечорів, майстер-класів, тренінгів. coMMuna Production – це створення відеороликів, рекламних роликів; якісна реалізація проектів.

«Креативний квартал» – це новий багатофункціональний простір для підприємців. Це великий інноваційний культурний хаб, який поєднає приблизно 20 різноманітних проектів: стартапбокси, коворкінги, креативний ресторан, центр розвитку дітей, хакерспейси, творчі майстерні, еко-парк, центр урбаністики тощо. Компанії та підприємці отримають нове місце, де вони зможуть працювати. У лекторіях будуть проводитись майстер-класи та лекції для всіх охочих. Європейські партнери бачать у цьому проекті – об'єкт нерухомості, на якому можна заробити через джентрифікацію; американські ж партнери, навпаки, розглядають цей проект як інноваційний хаб. Слід зазначити, що про намір створити «Креативний квартал» було заявлено ще у 2015 р. Цей проект є частиною стратегії розвитку міста, яка має перетворити Львів на Smart City – сучасне місто, комфортне для інновацій. Проект уже погодилися підтримати такі світові бренди, як Intel, Microsoft і Hewlett-Packard. Для цього проекту Львівська міська рада виділила найстаріше трамвайне депо, перші будівлі якого були зведені ще в кінці XIX ст. Міжнародні компанії отримають своє представництво у Львові, де зможуть якісно представити свої розробки. Окрім цього, «Креативний квартал» стане майданчиком для різноманітних культурних та освітніх подій, конференцій і фестивалів. Партнерами проекту стали такі світові компанії, як Intel, Cisco, Microsoft, Hewlett-Packard, Ericsson. Серед львівських партнерів: Львівська бізнес-школа, Український католицький університет, Музей Ідей, Дзига,

Betaplace, SoftServe. «Креативний квартал» допоможе представити їх широкому колу.

Завдання «Креативного кварталу» полягає у тому, щоб запуснути сценарій інноваційної економіки в країні, перетворивши Львів у центр креативного підприємництва та місто стартапів. У Львові працює 25% усіх програмістів України. Це одна з провідних галузей економіки у Львові та в Україні за темпами росту. Успіх, якого вже досягнув Львів, притягує нових інвесторів і нові кадри. Понад 10 компаній з Криму, Донецька та Харкова вирішили перенести свої офіси до Львова, швидко зростає кількість нових робочих місць. Уже сьогодні Львів визнано лідером в Україні за кількістю послуг, які можна отримати через Інтернет.

Innovation District IT Park – це проект, над яким працює Lviv IT Cluster. Він займатиме площу 10 гектарів, на яких розташують шість восьмиповерхових офісних будівель, два бізнес-центри, торговий центр, факультет інформаційних технологій Українського Католицького Університету та IT-лабораторії, доступні студентам усіх львівських технологічних вишів, а також дитячий садок, готель, амфітеатр для проведення подій і велику рекреаційну зону. Lviv IT Cluster – це спільнота, що об'єднує провідні IT-компанії Львова та працює над розвитком власної індустрії та міста загалом: проводять тематичні події, здійснюють аналітику львівського IT-ринку та виступають з освітніми ініціативами. Серед проектів Кластера – IT House – будівництво житла для працівників сфери. У Innovation District IT Park розташують корпус факультету інформаційних технологій УКУ. Також Lviv IT Cluster адмініструватиме десятки лабораторій, які будуть відкритими для студентів усіх львівських ВНЗ, у яких є IT спеціальності. Однією з місій Lviv IT Cluster є розвиток освіти та людського капіталу у місті. Тому попри те, що у проекті є офіси компаній, на першому місці – університет. IT-компанії стануть гарантом того, що проект буде прибутковим. Вони є першими орендарями парку і, напевно, займуть його повністю. Зараз компанії,

що входять до Lviv IT Cluster, організовують лабораторії та започатковують нові навчальні програми на базі різних університетів.

У Львові створено перший в Україні муніципальний бізнес-інкубатор Startup Depot. Компанія SoftServe – серед лідерів у рейтингу TOP100 найкращих глобальних постачальників аутсорсингових послуг за версією Міжнародної асоціації аутсорсинг-професіоналів (IAOP) У списку 10 найкращих світових ІТ-компаній, які спеціалізуються на тестуванні програмного забезпечення, опинилися 2 львівські: N-iX та Eleks (рейтинг компанії Clutch). Кількість фахівців у компаніях кластера ІТ зростає на 20% щорічно (2009 р. – 3,5 тис. осіб, сьогодні – близько 15 тис. працівників). Розпочато будівництво кількох великих офісних центрів для ІТ-компаній. Чотири львівські ІТ-компанії увійшли у Топ-5 найбільших компаній України.

Згідно з останнім дослідженням IT Research 6.0, сьогодні ІТ-індустрія Львова налічує 511 компаній. За останніх 7 років їх побільшало на 328: з 192 – у 2015 році до 511 – у 2021 році (рис. 10).

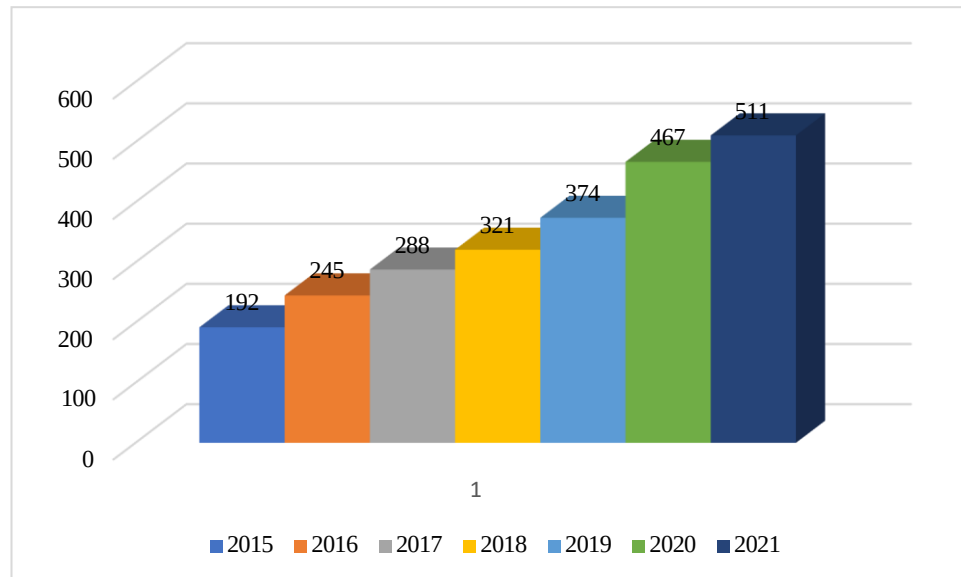


Рис. 10. Динаміка кількості ІТ-компаній м. Львова за 2015-2021 рр.

Джерело: складено автором

17 компаній з рейтингу ТОП-50 найбільших ІТ-компаній від видання DOU є членами Львівського ІТ Кластера, а 24 компанії мають офіси у Львові. У 2021 році одинадцять українських ІТ-компаній увійшли до сотні найкращих

аутсорсингових компаній світу за версією AIOP (The Best of The Global Outsourcing). 7 із цих компаній є членами Львівського ІТ Кластеру.

У 2021 році Львів піднявся на 99 позицій у світовому рейтингу стартап-систем за версією StartupBlink і посів 225 місце у світі серед 1000 стартап-екосистем світу.

Львів – економічно вигідне місто для відкриття нових офісів та старту ІТ-бізнесу, і є привабливим центром для потенційних інвестицій. Місто пропонує велику кількість досвідчених фахівців: за 6 років їх кількість зросла з 13 тисяч до 31 тисячі. Найбільше ІТ-спеціалістів, а саме 41%, мають рівень кваліфікації Middle.

За даними ІТ Research 6.0, загальний економічний ефект ІТ-галузі зріс в два рази за останніх 5 років: з \$734 мільйонів у 2016 році до \$1,4 мільярдів у 2020 році.

Також у Львові привабливе середовище для відкриття нових компаній та філій. А спеціалісти, які якісно.

У місті є 7 університетів, які щороку випускають понад чотири тисячі талановитих спеціалістів. Академії та школи при ІТ-компаніях допомагають студентам та усім охочим опанувати ІТ-фах. У Львові діє близько 30 академій короткотермінових курсів, з яких випустили понад 10 000 студентів за 2020 рік. У трьох університетах діє 17 оновлених навчальних програм, на яких понад 4 тисячі студентів вивчають дисципліни із різних напрямків ІТ-сфери: від Інтернету речей, Штучного інтелекту до HR, ІТ Sales і менеджменту. За даними опитування видання DOU, Львів є єдиним містом, в яке багато хто повертається після навчання в університеті в іншому регіоні.

Багато львівських компаній відкривають представництва за кордоном, ринок експорту зростає, і велика кількість українських ІТ-спеціалістів переїжджає до Львова із інших міст. У Львові відбувається масштабна технологічна конференція ІТ Arena, яка щорічно об'єднує понад 5000 програмістів, дизайнерів, топ-менеджерів, підприємців, бізнес-аналітиків та стартаперів.

Також у Львові запустили унікальну B2B-платформу Lviv Tech, яка об'єднує IT-індустрію міста з американськими та європейськими клієнтами.

Згідно із дослідженням IT Research 6.0, у секторі інформаційних технологій залучено понад 31 тисяча працівників, і їхня кількість щорічно зростає.

У порівнянні з 2020 роком, у 2021-му:

- кількість IT-фахівців у Львові зросла на 17%.
- медіана по зарплатні IT-спеціаліста у місті – 2102\$.
- найбільше IT-спеціалістів зайняті на позиціях Software Development Specialist – 48%; топ-менеджери від усієї сукупності працівників IT-сфери становлять 5%.
- найбільше IT-спеціалістів мають рівень кваліфікації Middle – 41%, Senior – 25%, Junior – 24%.

Професійна спільнота міста зростає частково завдяки великій кількості навчальних закладів у місті. Щороку львівські вищі навчальні заклади випускають біля 4000 IT-спеціалістів. Серед ТОП-університетів Львова, які готують технічних спеціалістів – ЛНУ ім. І. Франка, НУ «Львівська політехніка», УКУ та інші. Студенти переважно обирають такі спеціальності, як:

Комп'ютерні науки та інформаційні технології

Комп'ютерна інженерія

Прикладна математика та інформатика

Електроніка та комп'ютерні технології

В межах освітніх проектів Львівського IT Кластеру діє 17 програм у трьох університетах міста: Національному університеті «Львівська політехніка», Львівському університеті ім. Івана Франка, Львівському державному університеті безпеки життєдіяльності.

У 2021 році Львівський IT Кластер запустив проект Lviv IT Cluster Academy – заклад професійної освіти нового типу для підготовки якісних технічних спеціалістів. У межах проекту Львівський IT Кластер спільно з IT-

спеціалістами оновлює навчальні програми у Львівському професійно-технічному училищі №29.

Динамічний розвиток ІТ-середовища робить Львів привабливим центром для інвестицій, роботи і навчання. Недарма місцевим фахівцям довіряють міжнародні компанії зі світовим іменем, що, безумовно, має позитивний економічний ефект для міста.

Приріст економічного ефекту у 2020 році, попри пандемію COVID-19, склав 10%. Частка ІТ-галузі у ВРП Львова протягом останніх 6 років тримається в межах 20%. Обороти ІТ-галузі щороку зростає: від \$280 мільйонів у 2015 році до \$895 мільйонів у 2020 році.

Кількість створених робочих місць завдяки ІТ-сфері також вражає. В середньому один ІТ-спеціаліст у Львові створює/зберігає три робочих місця. У 2015 році загальна кількість створених/збережених робочих місць становила 53 тисячі, а вже у 2020 – 74 тисячі. Місту вдалося створити позитивний імідж і розвинути безпечний бізнес-клімат для потенційних компаній та інвесторів.

Загалом динаміка зміни середньої зарплати по креативним секторам у м. Львів наведена на рис. 2.11.

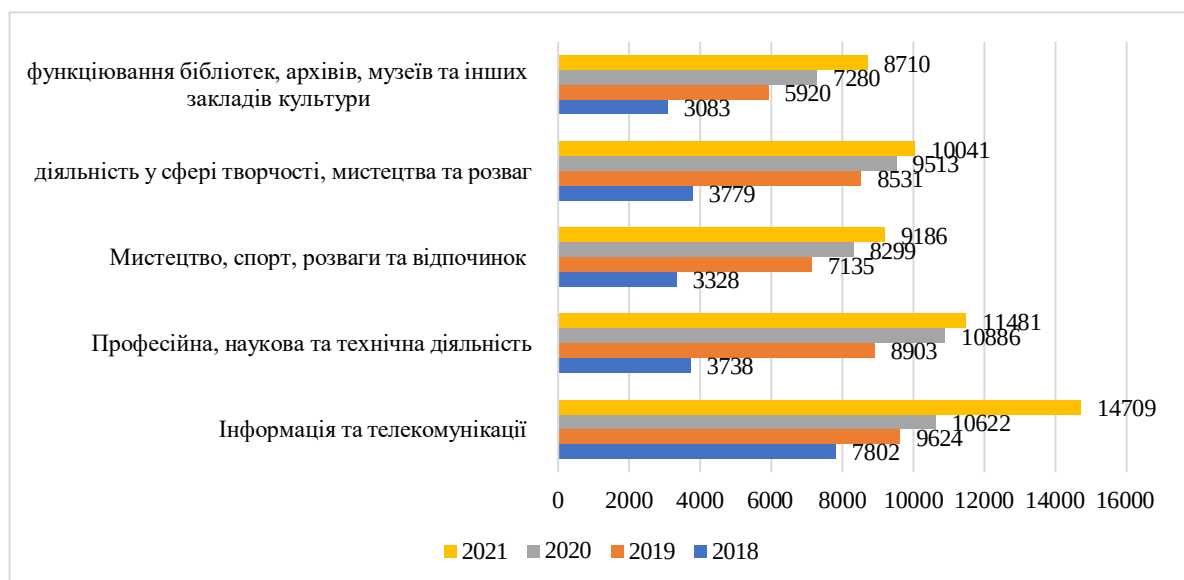


Рис. 2.11. Динаміка зміни середньої зарплати по креативним секторам у м. Львів за 2018-2021 рр.

Джерело: складено автором

Прогнози щодо зростання обороту галузі з урахуванням приросту зайнятості в ІТ-галузі Львова на 17% та заробітну плату на 19% за базовим та оптимістичним сценарієм складатимуть 1152 млн. дол. (+30%) та 1196 млн. дол. (+34%) відповідно.

Слід відмітити, що Львів опинився на 10 місці серед українських міст за індексом задоволеності якістю послуг. Про це свідчать результати сьомого всеукраїнського муніципального опитування, проведеного соціологічною групою «Рейтинг» від імені Центру аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту (додаток).

За результатами опитування, найбільше якістю життя у місті задоволені жителі Вінниці, а найменше – жителі Херсону. Львів опинився на 10 позиції з оцінкою 3,1 – загальний індекс якості 22 виміряних послуг.

За оцінкою розвитку міста, Львів опинився на 8 позиції. 56% львів'ян вважають, що справи у місті, в цілому, йдуть у правильному напрямку (додаток).

Отже, у Львові зараз сектор креативних індустрій досить активно розвивається. Можна впевнено говорити про те, що там є достатня кількість ініціатив, малі й середні бізнеси, ІТ-кластери, інноваційні хаби, які розвиваються й звертають на себе все більшу увагу. Створюються творчі союзи, реалізуються спеціальні арт-проекти в актуальних сферах економіки. Дослідження показують, що Львів робить ставку на багатоформатність, що, своєю чергою, забезпечує появу різних варіантів розвитку культурних практик і одночасно спрямовується як на збереження традиційної національної культури, так і на появу альтернативних видів культурної і творчої діяльності, що приносить дохід. Таким чином, креативні індустрії починають виступати як ресурси розвитку соціально-економічного потенціалу регіону, секторів економіки, що робить прямий вплив на розвиток соціально-культурного життя м. Львів, на формування культурної ідентичності.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОРУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Останнім часом у багатьох країнах світу активно розвивається сфера креативної економіки. Мільйони людей працюють у цій сфері, підтримуючи національну економіку та підвищуючи загальний рівень культури.

В умовах швидкої глобалізації багато країн визнають, що поєднання культури та торгівлі, яке представляє творчі галузі, є потужним способом надання відмінного іміджу країни чи міста, а це допомагає йому виділятися з боку своїх конкурентів. Значення широко відомих культурних знаків, таких, як Ейфелева вежа у Франції, Тадж Махал в Індії або Сіднейський оперний театр в Австралії поступилися місцем цілим культурним округам, що поєднують у собі мистецтво та комерційну діяльність, з лондонського району Шорідіч з його дизайнерськими студіями, технічними підприємствами, кафе та клубами до величезних престижних проєктів, таких як культурний район Уест Коулун в Гонконзі, або культурний центр на острові Садіят в Абу-Дабі, що представляє мільярди доларів інвестицій [9].

Для того, щоб сформувати розуміння того, як перетворити міста України на креативні, було проаналізовано досвід багатьох країн світу. До уваги бралися як міста, які можуть бути порівнювані за розмірами, кількістю населення та іншими показниками, так і найбільш прогресивні столиці світу, які змогли досягнути визначних показників розвитку через використання креативності.

Естонія – найпрозоріша і найменш корумпована країна у Центральній і Східній Європі з найкращим у світі співвідношенням кількості стартапів на душу населення. Економічна свобода цієї країни є на 11 місці з 178 країн. Естонія змогла побудувати ефективну систему електронного урядування, яка дає мешканцям змогу голосувати на виборах онлайн, отримувати широкий спектр державних послуг через інтернет, електронно оплачувати проїзд за

транспорт. Особливу увагу в Естонії та в її столиці Таллінні приділяють підтримці та розвитку стартап-культури. Місто входить до 10 найбільш прогресивних європейських міст за розвитком стартапів. Такий показник був досягнутий, зокрема, і завдяки тому, що ІТ-освіта включена до шкільної програми навчання. У країні діє конкурс підприємницьких ідей шкільної молоді і програма розвитку молодіжної підприємливості ENTRUM. Таллін – це також європейська столиця дерев, яка входить до 10 найбільш екологічних міст світу. В місті спостерігається позитивна динаміка у частині зменшення автомобільної активності у місті і збільшення заповненості громадського транспорту. Окрім великої популярності велосипедного транспорту, цьому сприяє і той факт, що проїзд у громадському транспорті у Таллінні – безкоштовний.

Підтримка стартапів і підприємницького духу є довгостроковим національним пріоритетом Литви. Вільнюс вважається одним з найбільш активних стартап-майданчиків в Європі. Тут проводяться сотні тематичних подій, які збирають разом стартап-спільноту. У місті є багато коворкінгів та інших просторів для бізнес-стартаперів. Існують також мультифункціональні простори, наприклад, центри мистецтва, освіти і бізнес-інтеграції. Литва докладает багато зусиль для залучення до країни професіоналів зі всього світу. У лютому 2017 року Литва запустила стартап-візи для нерезидентів Європейського Союзу. У рамках нової програми стартапери, що працюють у галузях ІТ, біотехнологій, електроніки та інших високотехнологічних сфер і володіють інноваційними, гнучкими бізнес-моделями, зможуть отримати посвідку на проживання у Литві.

Берлін – одне з найбільш прогресивних та креативних міст світу: більш ніж 195 000 людей працюють в секторі креативних індустрій, що складає 10% працівників міста; в місті є 30 000 компаній креативних індустрій, які продукують щорічно товарообіг обсягом у 18 мільярдів євро (за деякими даними – до 30 мільярдів євро); більш ніж 9 700 ІТ-компаній. Берлін дуже відкрите та толерантне місто, що дозволяє німецькій столиці щороку залучати

близько 40 000 нових мешканців. 87% берлінців розмовляють мінімум однією іноземною мовою, 65% – двома, 29% – трьома. Берлін – місто стартапів. Відповідно до дослідження Compass Global Startup Ecosystem Ranking 2015 39% стартапів оцінюють підтримку з боку місцевої влади як дуже добру (для порівняння, в Силіконовій Долині цей показник становить 23%). Завдяки комфортним умовам ведення бізнесу в це місто переїжджають стартапери зі всього світу: 49% працівників в берлінських стартапах не є громадянами Німеччини. Також в Берліні діє програма коучінгу для стартапів та молодих підприємців у всіх сферах креативної економіки. Для підтримки різних проектів у креативній сфері була створена міська краудфандингова платформа. За 2-річний період профінансовано понад 300 креативних та культурних проектів. Проекти можуть бути підтримані і через конкурс Berlin-Made2Create, який щорічно оголошується відділом економіки, технологій та досліджень Берліну та фінансує на змагальній основі проекти у сфері креативної економіки. Оскільки у місті щоденно відбувається десятки креативних заходів, була створена центральна платформа для підприємців у сферах культури та креативної економіки. Щороку сайт відвідує понад 1,2 мільйони користувачів.

Кельн є великим економічним та культурним центром західної Німеччини. Місто дбає про розвиток креативних індустрій, зокрема, і через створення регулярних звітів про стан креативної економіки в місті. До засобів творення креативної економіки в місті серед іншого належить організація великих ярмарків, конгресів та фестивалів («Art Cologne», «GamesCom», «c/o Pop»); щорічний форум для культурних і творчих галузей; створення інкубаторів для підприємців у галузі творчих галузей; поєднання розвитку районів з розвитком творчих галузей, наприклад, через проект «Район дизайну Ehrenfeld».

Місто Лейпциг, розташоване у східній Німеччині, поступово відновлює свою економічну потужність. У наступні роки після возз'єднання Німеччини Лейпциг значно втратив чисельність населення та економічну силу. Через

зниженні ролі старих індустрій в економіці міста, виник простір для розвитку нових – креативних індустрій. Муніципальний економічний розвиток зосереджений на п'яти кластерах, зокрема, на кластерах «Медіа» та «Креативна економіка», які останніми роками неухильно зростають, як з точки зору кількості працівників, так і з точки зору кількості компаній. Місто та його партнери (наприклад, Лейпцизька виставка) підтримують цей розвиток за допомогою таких заходів: організація ярмарків, конгресів та фестивалів, таких як «Лейпцизький книжковий ярмарок» та «Designers Open»; просторова концентрація творчих підприємств («Медіа-місто Лейпциг»); тимчасове використання вільних промислових будівель культурними та творчими ініціативами (ініціатива «Домашні господарства»).

Норвезьке місто Берген, яке входить до переліку креативних міст світу ЮНЕСКО, будує власну стратегію розвитку на прагненні залучати до міста талановитих людей (студенти, науковці, професіонали) та створювати для них найбільш комфортні умови, зокрема, через покращення інфраструктури. Місто щорічно залучає сотні тисяч людей завдяки проведенню заходів міжнародного рівня. В музичній сфері – це «Grieg Lunchtime Concerts», «Grieg in Bergen Festival», «NattJazz Festival», «BergenFest».

Шкільна система освіти Фінляндії визнана однією з найкращих у світі. Згідно з міжнародними дослідженнями, які раз у 3 роки проводить авторитетна організація PISA, фінські школярі показали найвищий у світі рівень знань. Основна особливість фінської системи шкільної освіти – індивідуальний підхід – для кожної дитини складається індивідуальний план навчання і розвитку. Наприклад, в столиці Фінляндії Гельсінкі восени 2017 року відкрилася гімназія, у якій старшокласники можуть зануритися у вивчення особливостей діяльності стартапів. Гельсінкі відоме як креативне місто не лише через інноваційні підходи до освіти, зокрема, місто входить до списку креативних міст ЮНЕСКО з дизайну. Один з районів Гельсінкі був перетворений на квартал дизайну для зосередження творчої та дизайн-індустрії, а також зміцнення уявлення про Гельсінкі як про столицю світового

дизайну. Квартал дизайну – не єдиний креативний район міста. Один з найбільш цікавих архітектурних районів сучасної архітектури в Фінляндії – Руохолахті (Ruoholahti), розташований поруч із Західним портом Lansisatama. Після закриття Кабельного заводу його корпуси були перетворені в креативний квартал. Сьогодні це популярний майданчик для культурних заходів. Тут проходять різдвяні ярмарки, тижні театру, численні виставки та фестивалі, постійно розміщені кілька музеїв та театрів, а також архітектурна школа для дітей і підлітків. З огляду на участь мешканців у житті громади цікавою є практика проведення міських свят для мешканців та гостей міста. Block Party – свято для жителів району або мікрорайону, який організовується волонтерами, як правило жителями цієї ж громади. Його головне завдання – відчутти спільність, проявити любов до району, в якому живеш, підтримати місцевих музикантів, художників та активістів. Наприклад, у 2016 році районну вечірку в Калліо відвідали близько 15 000 людей.

В Буенос-Айресі, наприклад, особливу увагу звертають на розвиток нецентральных районів міста, створення там нових та сучасних просторів. Місто прагне транслювати цінності через архітектуру, тому там багато сучасних архітектурних об'єктів, які стають своєрідними магнітами для людей з інших міст та країн. Бідні райони міста перетворюють на креативні за різними напрямками. В Буенос-Айресі є квартал технологій, квартал дизайну, квартал мистецтва, квартал аудіовізуальних продуктів, квартал спорту. Наприклад, квартал технологій був створений у 2008 році, і під цей проект було виділено земельну ділянку площею 200 га. Для підтримки проекту видавалися кредити на нерухомість до 10 років, запроваджене часткове звільнення від податків до 15 років, місто надавало експертний супровід: налагодження процесів, освітні програми, підтримка експорту для стартапів. У квартал переїхали 2 технічних університети, міська рада. Тут функціонують більше 320 компаній, загальна сума інвестицій становить близько 230 мільйонів доларів, створено 11,6 тисяч робочих місць. У 2014 році було створено квартал дизайну. Зокрема, на місці рибного ринку площею 15 тисяч

квадратних метрів був створений Metropolitan Design Center (CMD). У ньому розмістився бізнес-інкубатор, бібліотека, виставкові та конференц-зали, музей. У кварталі можна дешево орендувати простір під майстерню, закінчити освітні курси з виготовлення одягу, дизайну інтер'єрів. Квартал став привабливим місцем для проведення міжнародних фестивалів дизайну: Ciudad de Moda, BA Fashion Week. Буенос-Айрес робить великий наголос на розвитку підприємництва, тому в місті діють безкоштовні 7-тижневі курси для підприємців. У 2017 році курси закінчили близько 40 тисяч людей. Також у місті є підприємницькі школи для учнів 10-11 класів.

Барселона – лідер ІТ-технологій в Іспанії у 2017 році та європейська інноваційна столиця. У першу чергу, Барселона – це smart city, тому такі речі, як сучасні автобусні зупинки з інформацією про розклад руху, зарядками USB, безкоштовним WiFi та чисельні зручні міські електронні сервіси – звичні речі в цьому місті. Також у місті регулярно проводяться заходи, пов'язані з новітніми технологіями, щорічно приваблюючи сотні тисяч професіоналів з різних сфер. Зокрема, в Барселоні відбувається всесвітній конгрес мобільних технологій – найбільші у світі збори для мобільної індустрії. Новітні технології присутні навіть у підході до спорту у цьому місті. В Барселоні функціонує найбільший у світі інноваційний спортивний парк – Open Camp. Особливої уваги у Барселоні заслуговує архітектура. У місті можна не лише зустріти приклади нестандартної сучасної архітектури, а й ініціативи, які сприяють прояву максимальної творчості архітекторів. Однією з таких ініціатив є міжнародний архітектурний конкурс «Тимчасовий павільйон в Барселоні», що дозволяє командам архітекторів з різних країн працювати над розробкою власних проектів.

Отже, можна зробити висновок, що розвиток креативної економіки прискорюється в різних напрямках у всіх вищезгаданих країнах. Це збільшить її частку у ВВП, створить нові робочі місця, диверсифікує економіку, стимулюватиме інновації тощо. Сьогодні Україна не має таких результатів,

тому що розвиток креативних індустрій лише почався. Зараз держава знаходиться у нестабільній економічній ситуації.

Враховуючи такі негативні чинники, як скорочення кількості промислових підприємств, скорочення чисельності працівників, підвищення зношеності обладнання, посилення лідерства нафтогазової галузі та енергетичних компаній, які працюють з вичерпними ресурсами замість високотехнологічних виробництв, що орієнтовані на інноваційні продукти [28], розвиток креативної економіки може бути альтернативою, оскільки основною силою цього сектора економіки є творчий людський ключ, а не обладнання чи ресурси.

Наразі сектор креативної економіки України лише розвивається і займає невелике місце серед малого бізнесу. Для його повноцінного розвитку необхідний комплексний підхід, який забезпечує розробку нових моделей розвитку регіонального бізнесу, розвиток інноваційних галузей промисловості. Найбільшою та найбільш швидкозростаючою галуззю в Україні є інформаційно-комп'ютерні технології. Кожна людина, яка працює в цьому секторі, щорічно приносить 30 000 доларів США в нашу економіку, що в кілька разів перевищує аналогічні показники в інших секторах креативної економіки.

На нашу думку, враховуючи національні умови нашої країни, тут можуть активно розвиватися наступні креативні індустрії:

- декоративно-прикладне мистецтво: художнє оброблення дерева, розпис, оздоблення, ткацтво, малювання, крім того, в давнину українці виготовляли різноманітний посуд: столовий, декоративний, господарський, керамічний, глиняний тощо;

- сценічне мистецтво, оскільки в Україні створено багато нових театрів, зростає попит на публічні та вуличні театри. Українське театральне мистецтво все більше інтегрується в європейське культурне середовище;

- мода, пов'язана зі спадщиною країни, українські вишиванки знають у всьому світі, а вітчизняних дизайнерів запрошують за кордон;

- туризм, тому що в Україні багато різних туристичних місць: гори, море, різноманітні санаторії, замки та архітектурні пам'ятки;
- музика, що характеризується різноманіттям виконавців і їх оригінальністю;
- останнім часом в Україні стрімко розвиваються інформаційні та комп'ютерні технології.

Розвиток національної креативної економіки пов'язаний з рядом проблем, таких як відсутність:

- розуміння значення креативних індустрій у розвитку культури та креативної економіки;
- теоретичного підґрунтя: тема креативних індустрій не звучить і не включена в актуальні дослідження культури та менеджменту;
- правової бази, правових, фінансових та податкових механізмів підтримки та розвитку креативних індустрій;
- механізмів забезпечення та захисту авторських прав.

Перевагами просування креативної економіки в Україні є [27]:

1. Зменшення безробіття, адже досвід за кордоном показує, що значна частина населення зайнята у креативній економіці.
2. Збільшення частки національного доходу. Світовий досвід показує, що за умов розвиненої креативної економіки ВВП може зрости до 10%. Зараз ВВП на душу населення в Україні становить \$2582, що є в п'ять разів менше за середньосвітовий показник [11].
3. Економічна різноманітність
4. Поліпшення загальної якості життя.

Враховуючи досвід зарубіжних країн, можна виокремити конкретне уявлення про розвиток креативної економіки в Україні.

По-перше, для того, щоб креативна економіка запрацювала, необхідно отримати державну підтримку, тобто створити спеціальні програми підтримки та розвитку креативних послуг, продуктів і стартапів. Оскільки через брак грошей творчим людям, які розвивають навички, дуже важко реалізувати свої

ідеї, держава дасть гроші на креативні проекти і таку програму, яка ще більше збільшить частку креативних проектів та збільшить частку креативної економіки в Україні. Державна підтримка (як у США) має передбачати також встановлення низьких податків на підприємницьку діяльність, що не тільки знизить рівень тінізації економіки, а й стане стимулом для креативних підприємців розпочинати та розвивати свій бізнес і таким чином робити внесок до зростання доходів креативної економіки.

По-друге, необхідно сприяти розвитку молодіжної творчості, тобто створювати програми розвитку молодіжної творчості через використання виховних елементів. Вони повинні забезпечити організацію семінарів і технічної підготовки в школах і університетах; організувати творчий конкурс, наприклад, кращий задум на певну тему, конкурс пропозицій і надати переможцям грант на реалізацію творчого задуму, адже відомо, що у дітей дієвіша фантазія, а в Україні майже на це не звертають уваги. Така орієнтація держави позитивно вплине на розвиток креативної економіки, адже молодь буде простимульована до створення нового на основі своїх знань та ідей, але за відсутності державної підтримки, тобто грошей, творці змушені будуть їхати за кордон, створювати там компанії та розвивати креативну економіку в інших країнах, тому що вони не бачать умов для розвитку бізнесу тут.

По-третє, варто залучати іноземних творчих експертів для перейняття їх досвіду, створювати спільні установи, творчі організації. Подібні події в Україні вже відбувалися, наприклад програма Creative Enterprise Ukraine, яка була започаткована у 2015 році Британською Радою у понад 15 країнах світу та британським інноваційним агентством Nesta. У 2018 році вже відбулося 15 тренінгів, у восьми містах України, але ми не повинні зупинятися на досягнутому, а як Нідерланди, що мають високий рівень креативної економіки, відкриті до співпраці з відповідними країнами та успішно просувається вперед у своїй меті сприяти найбільш інноваційній економіці в найближчому майбутньому, маємо завжди шукати нові зв'язки та нові шляхи креативного розвитку.

Таким чином, створення креативної економіки – складний, багатогранний і довготривалий процес, який зачіпає потреби великої кількості регіонів, компаній, організацій і підприємців, а також фахівців, які в них працюють. Реалізація концепції економічних інновацій відкриває нові горизонти соціально-економічного розвитку. Світовий досвід показує, що за привабливих умов і підтримки з боку уряду, підготовки відповідних програм розвитку можна створити висококреативну економіку, яка забезпечить зростання економіки країни на довгі роки. Тому для України дуже важливо створити власне творче середовище та створити сприятливі умови для його розвитку, наслідуючи досвід зарубіжних країн.

ВИСНОВКИ

Нова ера процесу глобалізації та одночасне посилення регіоналізації, модернізації та трансформації економічної системи, заснованої на новій технологічній системі, в останні десятиліття вимагає створення творчого типу розвитку, напрямом і темпи якого визначаються людьми як генераторами змін. З поняттям креативної економіки, по суті, нової соціально-економічної та культурної моделі, формуються нові типи креативних соціально-економічних відносин. Все це дозволяє певною мірою умовності пов'язати різні напрямки економічної креативної діяльності в самостійний вид креативної економіки.

Ми розуміємо креативну економіку як набір видів економічної діяльності, заснованих на знаннях, креативності, інтелекті, технологіях та інноваціях, з високим потенціалом отримання прибутку та створення робочих місць. Дослідження показує, що, окрім традиційних креативних індустрій, креативна економіка включає наукові дослідження та розробки, освіту, моду, машинобудування, туризм, послуги та виробництво креативних продуктів.

Креативна економіка регіонального та локального (субнаціонального) рівня протягом останніх десятиліть привертає значну увагу зарубіжних та українських вчених, оскільки саме на цьому етапі може бути доцільним вибір пріоритету соціально-економічного розвитку, а також практична співпраця різних зацікавлених та поінформованих сторін, які відіграють важливу роль у процесі збереження, передачі та комерціалізації в процесі розвитку знань.

Попри загалом низький рівень розвитку креативної економіки, українські міста сьогодні мають потенціал, який дозволяє позитивно оцінювати креативне майбутнє нашої країни. Кожне місто має свої фактори для створення креативного середовища та відповідних типів капіталу (соціального, культурного та економічного), що дозволяє підвищити рівень креативності за умови раціонального використання ресурсів. Тому регіональна економічна політика має бути системною, а завдання підвищення конкурентоспроможності, економічної модернізації та розвитку людських

можливостей повинні бути комплексно вирішені, беручи до уваги економіко-технічний, соціально-культурний і політичний контекст. Ці сфери політики повинні бути скоординованими та взаємозалежними, щоб сприяти творчості та зростанню без шкоди меті «розумної спеціалізації». Це породжує потребу в горизонтальній координації сфер галузевої політики, які традиційно визначалися незалежними одна від одної. Конкурентну політику слід розглядати як ефективний інструмент прискорення, але слід враховувати потенціал для інновацій та розвитку людських ресурсів.

Креативні індустрії є важливою складовою національної економіки країни та ключовою умовою її конкурентоспроможності. Позитивний вплив креативних індустрій на обсяги експорту підтверджується збільшенням операцій з креативними товарами. Попри пандемію та падіння ВВП України на 4% у 2020 році, креативні індустрії загалом покращили свої показники. Розвивається дизайн, ІТ, реклама – завдяки цим сферам активно розвивається креативна економіка. Зменшилися видавнича, концертна і театральна діяльність, кіно і телебачення, музеї та культурні заходи. Виробництво комп'ютерних ігор демонструє позитивну динаміку в структурі ІТ: наразі цей сектор в Україні порівняно невеликий, але стрімко зростає.

Львів – українське місто, де світовий досвід та іноземні інвестиції вже є частиною місцевої практики. Виходячи з глибокого переконання, що кожна людина є креативною за своєю природою, місто Львів є найбільш сприятливим середовищем для підтримки цих творчих ресурсів та для розвитку креативності серед усіх людей, які проживають у місті.

У Львові дуже активно розвиваються креативні індустрії. Можна з упевненістю сказати, що є багато ініціатив, МСП, ІТ-кластерів, інноваційних хабів, які розвиваються та привертають все більше уваги. Створюються творчі організації, реалізуються конкретні мистецькі проекти у відповідних галузях економіки. Дослідження показують, що Львів робить ставку на багаторамковість, яка в свою чергу забезпечує появу різних варіантів розвитку культурних практик і водночас спрямована як на збереження традиційної

національної культури, так і на появу альтернативних типів культурно-творчої діяльності, що приносить дохід. Відтак креативні індустрії стали слугувати ресурсом розвитку соціально-економічного потенціалу регіону, галузей економіки, які безпосередньо впливають на розвиток соціокультурного життя міста Львова та формування культурної ідентичності.

Загалом індустрії в українській креативній економіці розвиваються непропорційно. Високий потенціал прибутку в ІТ-секторі, що нині швидко розвивається, завдяки легкому доступу бізнесу через аутсорсинг стає рушійною силою стрімкого розвитку комп'ютерних та інформаційних послуг в Україні та визначає загальну позитивну динаміку креативного сектору. Проте решта креативної економіки України розвивається повільно або взагалі не розвивається. Це пов'язано з: низьким і географічно нерівномірним попитом на продукти та послуги творчої індустрії, недостатнім фінансуванням і персоналом, а також прогалинами в захисті інтелектуальної власності та авторських прав. Для покращення ситуації Україні потрібна більш цілеспрямована та комплексна державна політика щодо розвитку креативної економіки.

Світовий досвід підтверджує важливу роль креативного сектору економіки, який може бути драйвером економічного зростання країни, а висока позиція України на світовому рівні креативності вказує на можливість активізації творчого потенціалу після подолання кризи.

Креативна економіка України досить розвинена, але не настільки прогресивна та популярна, як у країнах Європейського Союзу. Звичайно, можливості нашої держави величезні, і з кожним роком вони зростають, але стимулювання з боку держави також необхідне. Перш за все, з огляду на ринок сектору креативної економіки, необхідно активно працювати над удосконаленням всіх статистичних даних. Відсутність бар'єрів є надзвичайно важливим у стосунках між державними службовцями та представниками креативних індустрій. Крім того, необхідно вдосконалити дослідження в культурному секторі шляхом поєднання всіх секторів економіки з

креативними індустріями. Саме так можна створити гідне майбутнє в Україні, де інновації та креативність відіграватимуть вирішальну роль у процесі економічного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арістотель. Нікомахова етика / Αριστοτέλους. Ηθικα Νικομαχεια. - К.: Аквілон-Плюс, 2002. 480 с.
2. Вахович І. М., Чуль О. М. Формування стратегічних орієнтирів креативного регіонального розвитку на основі кластерного аналізу/ Бізнес Інформ. 2014. № 9. С. 57-65.
3. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2017. 528 с.
4. Ільчук В., Садчикова І. Теоретичні засади формування креативних індустрій у розвитку реального сектора національної економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2020. № 1. С. 9–19.
5. Карасьова, Н. А. Розвиток креативної економіки в умовах децентралізації. Економіка. Фінанси. Право. 2019. № 10. С. 13–19.
6. Кічурчак М. В. Структурні зміни у розвитку креативних індустрій в умовах перманентної кризи економіки України. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Сер. : Економіка. 2020. № 17. С. 9–15.
7. Кириленко В. І., Федоренко Т. О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів. Стратегія економічного розвитку України. № 48. 2021. С. 56-67
8. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. URL: https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf (дата звернення - 01.06.2022).
9. Креативні міста України. URL: <http://alter-idea.info/kreativni-mista-ukrayini-2/> (дата звернення - 01.06.2022).
10. Кукса І. М., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. Ефективна економіка. 2018. № 2.

11. Культура і креативність. Програма ЄС – Східного партнерства. 2017. URL: <https://www.culturepartnership.eu> (дата звернення - 21.09.2022).
12. Леонова С. В. Креативізація як вектор сталого розвитку сучасної економіки. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2019. Т. 30 (69), № 2. С. 133–138.
13. Мержвинська А. М. Креативна економіка: особливості та тенденції розвитку. Молодий вчений. 2019. № 2 (2). С. 637–640.
14. Міжнародний валютний фонд. URL: <https://www.imf.org/external/index.htm> (дата звернення - 21.09.2022).
15. Олександренко І. В. Особливості інноваційного розвитку креативної економіки регіону. Економічний форум. 2015. №3. С. 170-176.
16. Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. Міністерство культури та інформаційної політики України. 2021 р. URL: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX/view> (дата звернення 01.08.2022).
17. Основні пріоритети розвитку АПК України у контексті економічної, продовольчої та енергетичної безпеки країни / Під ред. д. е. н., професора Ю. О. Нестерчук. Умань: Видавець «Сочінський», 2014. Ч. 2. 228 с.
18. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 01.08.2022).
19. Пакуліна А.А., Белоглазова К.В., Пакуліна Г.С. Розвиток креативної економіки в умовах протистояння глобальній кризі. Приазовський економічний вісник. Випуск 3(14) 2019. С. 76-82
20. Пакуліна А. А., Євсєєв А. С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. Економіка та управління національним господарством. 2018. Вип. 16. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/30.pdf (дата звернення - 01.06.2022)

21. Поснова Т.В. Роль креативного людського капіталу в економіці знань. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2019. № 14. С. 232–236. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua> (дата звернення: 10.11.2022).
22. Поснова Т. В., Шиш В. Креативна економіка в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Економічний простір. 2017. № 127. С. 70–80.
23. Приходько В. П. Досвід ЄС у розвитку креативної економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24 (3). С. 48–52.
24. Прогнімак О. Д. Новітні моделі зайнятості як фактор розбудови креативної економіки України. Економічний вісник Донбасу. 2019. № 3. С. 146–155.
25. Проскуріна М. О. Аналіз індексу креативності, як економічного показника. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 15. С. 58–62.
26. Проскуріна М. О. Креативні індустрії як основа економічної безпеки країни. Вісник Одеського національного університету. Сер. : Економіка. 2015. Т. 20, вип. 6. С. 56–60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2015_20_6_14 (дата звернення: 26.10.2022).
27. Самійленко Г.М. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. No 2 (22), 2020. С. 31-42
28. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн.. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218. ISBN 978-966-683-558-4
29. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? Інфраструктура ринку. 2017. №3. С. 123-127.
30. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 18. С. 67–72.
31. Хопкінсон Л. Підтримка інновацій на рівні регіонів і муніципалітетів: керівництво для державних службовців. Сімферополь: ЮПС, 2013.

32. Чевганова В.Я., Введенська А.В., Заплава О.Ю. Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України. Економіка і суспільство. Випуск # 19 / 2018
33. Чевганова В.Я., Свистун Л.А. Креативна економіка як основа інтегрованого розвитку міст України. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 58–69.
- 34 Чорна М. В., Бредіхін В. М. Місце креативної економіки в системі відтворення сучасних потреб суспільства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2016. Вип. 2(24). С. 60–74.
35. Creative Economy Report 2013 by UNESCO. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (дата звернення - 01.06.2022).
36. Department for Digital, Culture, Media & Sport (1998). Creative Industries Mapping Document 1998. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mappingdocuments-1998> (дата звернення - 01.06.2022).
37. Florida Richard. Bohemia and economic geography. Journal of economic geography. 2002. No 2.1. P. 55-71.
38. Martin Prosperity Institute. Ottawa's performance on the 3Ts of Economic Development, 2009.
39. Protecting the diversity of cultural expressions is more important than ever. URL: <https://en.unesco.org/creativity/covid-19> (accessed 01.08.2022).
40. See more at: <http://www.nlobooks.ru/node/4231#sthash.fbnLkE7D.dpuf> (дата звернення - 01.06.2022).
41. Sigit Setiawan. Prospects and Competitiveness in Creative Economy: Evidence from Indonesia. (2018). International Journal of Research in Business and Social Science. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/328876870 Prospects and Competitiveness in Creative Economy Evidence from Indonesia](https://www.researchgate.net/publication/328876870_Prospects_and_Competitiveness_in_Creative_Economy_Evidence_from_Indonesia) (дата звернення - 01.06.2022)

42. Statistics on Cultural industries/ Framework for Elaboration of National Data Capacity Buildings Projects. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000154956> (Дата звернення 01.08.2022)
43. The Creative Economy. (2021). Policy Circle. Retrieved from: <https://www.thepolicycircle.org/minibrief/the-creative-economy/> (Дата звернення - 01.06.2022)
44. United nations conference on trade and development. Review of Maritime Transport (2014). URL: https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2014_en.pdf (accessed 01.08.2022).
45. What is the creative economy? British Council. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/> (Дата звернення 01.08.2022)