

УДК 658.3.07

Леонова С.В.кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»**Leonova Sopiya**

L'viv Polytechnic National University

КРЕАТИВІЗАЦІЯ ЯК ВЕКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті ідентифіковано чинники впливу на формування креативних індустрій, актуалізовано та обґрунтовано впровадження концепції креативізації економіки України. Розроблено схематичну модель процесу креативізації, ідентифіковано показники (індикатори) креативізації, серед яких слід назвати показники підвищення конкурентоспроможності діючих бізнесів, зростання надходжень до місцевого бюджету, підвищення якості життя на території присутності, зменшення відтоку талантів, підвищення привабливості території присутності, зростання туристичної активності на території присутності та підвищення якості культурного життя. Проведено оцінювання ефективності креативізації у ланцюзі «генерація креативної ідеї → формування інноваційного продукту → генерація доданої вартості» шляхом дослідження впливу на ВВП України інноваційного розвитку підприємств креативного сектору. Із застосуванням методів кореляційно-регресійного аналізу доведено існування тісного зв'язку між ВВП, кількістю підприємств, що випускають інноваційну продукцію, обсягом реалізації інноваційної продукції та обсягами інноваційної продукції, поставленої на експорт.

Ключові слова: креативність, креативні індустрії, драйвери сталого розвитку, інновації, креативізація, ефективність креативізації.

Постановка проблеми. Основним результатом розвитку сучасних економічних систем щодо інтелектуалізації економіки є генерування нових ідей, що комерціалізуються в інновації. Інновації та їх креативне використання стають найціннішими економічними ресурсами, а креативність – основним джерелом економічної цінності [1, с. 13].

Нова економіка формується на основі використання уяви, творчих ресурсів та знань, що трансформуються у вигляді нових ідей та цінностей. Відповідно, успіх підприємства визначається ефективністю синтезу творчості, підприємництва та технологічних інновацій. Креативні індустрії та послуги, що виникають на перетині мистецтва, культури, бізнесу й технологій, сьогодні складають основу розвиненого та самодостатнього сектору світової економіки. В українському контексті креативні індустрії та креативне підприємництво є порівняно новими поняттями, проте вже понад десяти років вони добре відомі в Європі, США та інших розвинених країнах через можливість практичної адаптації.

Інтенсивний розвиток сучасної знаньмісткої економіки зумовлює формування й реалізацію концепції креативізації [9, с. 13], що забезпечує інноваційний прогрес соціально-економічного розвитку. Креативний розвиток підприємства здійснюється через ініціацію нових ідей, перманентне оновлення виробництва, вихід на ринок з інноваційною продукцією, що одночасно становить надійне підґрунтя забезпечення тривалих конкурентних переваг. Необхідно зазначити, що креативна економіка

значно розширює можливості традиційного виробництва товарів та послуг. Креативні індустрії ефективно розвиваються й взаємодіють з галузями традиційної економіки. Нині вони займають 7% світового ВВП зі зростанням у 10% щороку. Сфера креативного підприємництва розвивається стрімкіше, ніж виробництво й ринок послуг, забезпечуючи робочими місцями близько 8,3 млн. громадян ЄС, що надає їй статусу ефективної економічної моделі самозайнятості [1, с. 11].

Отже, одним зі стратегічних напрямів суспільно-економічного розвитку України має стати впровадження концепції креативізації економіки, а предметом наукових досліджень – культура та креативність, які відіграють роль драйверів економічних та соціальних інновацій всіх секторів економіки в умовах розвитку інформаційного суспільства та впровадження цифрових технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах переходу до постіндустріального суспільства ставлення науковців до креативної економіки й підходи до її вивчення постійно змінювалися. Засновниками теорії креативної економіки вважаються Дж. Хокінс, Ч. Лендрі та Р. Флоріда. Розробниками та популяризаторами цієї теорії виступали Д. Тросбі, Дж. Поттс, Дж. О'Коннор. Серед важливих факторів впливу на розвиток економіки регіону Ч. Лендрі виокремлює чинники таланту та вшанування культурної спадщини. Дослідженнями взаємозв'язків креативної економіки регіону з показниками соціально-економічного роз-

витуку займався Р. Флоріда. Використовувати як інтегральний показник, що характеризує рівень креативності економік країн світу, він запропонував глобальний індекс креативності, який ґрунтується на визначенні коефіцієнтів технології, таланту й толерантності [2, с. 366]. Предметом дослідження Дж. Поттса були методи оцінювання впливу креативних та культурних індустрій на зростання національної економіки.

Дослідженнями глобальних тенденцій креативного сектору займається О. Дорошенко. І. Радіонова у своїх публікаціях досліджує роль міста в епоху креативності. Розвиток креативних індустрій в регіонах України відображається в працях таких українських науковців, як І. Вахович, І. Мацевич, Л. Антошкіна. Водночас сутність, особливості формування та оцінювання ефективності креативних індустрій в Україні практично не досліджені, проте набувають актуальності та потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті. Метою статті є ідентифікація складових процесу креативізації вітчизняної економіки, дослідження ролі інновацій як індикаторів успішної креативізації вітчизняних підприємств, оцінювання ступеня впливу креативізації на показники економічного зростання в загальнодержавному масштабі.

Виклад основного матеріалу. Вплив креативності на економіку визначається за такими показниками, як створення нових робочих місць, спроможність залучати інвестиції та ефективно їх використовувати, створення ланцюгів доданої вартості, в яких поєднуються та взаємодіють представники «традиційних» та креативних індустрій.

Згідно з визначенням [4] під креативними індустріями розуміють сукупність видів економічної діяльності, що є підґрунтям формування доданої вартості та створення нових робочих місць через культурне (мистецьке) та (або) креативне вираження. Продукти та послуги, які є результатом такої діяльності, є наслідком творчості, навичок та таланту індивіда.

Заходи, вжиття яких спрямоване на підтримку розвитку креативних індустрій, відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку міст і країн Європи та Північної Америки та набувають дедалі зростаючого значення в Південно-Східній Азії та Південній Америці, оскільки мають суттєвий вплив на економічні та суспільно-політичні процеси. Креативні індустрії та креативне підприємництво є відносно новими поняттями в українському вимірі, проте у світових масштабах вони вже завоювали популярність. За визначенням ЮНЕСКО термін «креативні індустрії» використовується під час поєднання створення, виробництва та комерціалізації змістів, які є нематеріальними та мають креативний характер [6].

Дж. Браун виділяє чотири ключових елементи інтелектуальної концепції креативних індустрій [6]:

- креативні індустрії ґрунтуються на використанні творчого потенціалу індивідів;
- креативні індустрії діють спільно з управлінцями та технологіями;

– креативні індустрії беруть участь у створенні ринкових продуктів;

– економічна цінність креативних індустрій має культурний чи інтелектуальний характер.

Нерідко в містах створюються творчі осередки чи хаби, які мають на меті сконцентрувати творчий потенціал підприємців. Подібні творчі спільноти отримали назву креативних кластерів, які охоплюють декілька підприємств, фірм, майстерень чи офісів, об'єднаних у спільному просторі та зайнятих у сфері креативних індустрій [7]. Такі кластери є базою формування специфічного спільного, відкритого й творчого середовища для комунікації та співпраці на основі створення нових форм взаємовідносин як альтернативи соціальному капіталу. Інтеграція атмосфери творчості та бізнес-середовища сприяє виробництву інноваційних продуктів.

Ще одним важливим суб'єктом креативної економіки є агенції креативних індустрій, що виконують посередницькі функції між представниками креативних підприємств та міською владою [5]. Агенції досліджують території, аналізують їх ресурси задля виявлення творчого потенціалу. На основі проведеного аналізу розробляються напрями розвитку, вибудовується система підтримки креативних підприємств.

Процес креативізації економіки полягає у створенні специфічних інституцій, найважливішими функціями яких є комерціалізація культурних інституцій; підтримка створення культурних та креативних продуктів; допомога у захисті прав інтелектуальної власності; юридична та адміністративна підтримка творчих бізнесів; підвищення бізнес-спроможності наявних творчих середовищ; створення фізичних просторів для розвитку креативних бізнесів; проведення навчань для творчих бізнесів та підприємців [9, с. 15]. На рис. 1 представлено модель процесу креативізації сучасної економіки.

Основними учасниками креативізації є бізнес-інкубатори, культурні інституції, агенції місцевого економічного розвитку, органи влади (департаменти культури економіки), центри підтримки креативних індустрій, креативний клас та представники креативного бізнесу. Індикаторами успішної креативізації доцільно вважати показники підвищення конкурентоспроможності діючих бізнесів, зростання надходжень до місцевого бюджету, підвищення якості життя на території присутності, зменшення відтоку талантів, підвищення привабливості території присутності, зростання туристичної активності на території присутності, підвищення якості культурного життя.

Отже, як очікуваний ефект слід розглядати появу нових креативних продуктів та послуг, які можна визначити як бренди територій, зростання кількості нових робочих місць, підвищення якості робочих місць, ступінь використання нових технологій та збільшення кількості культурних заходів і подій.

Нерідко разом з поняттям «креативність» згадується поняття «інноваційність», оскільки вони перебу-

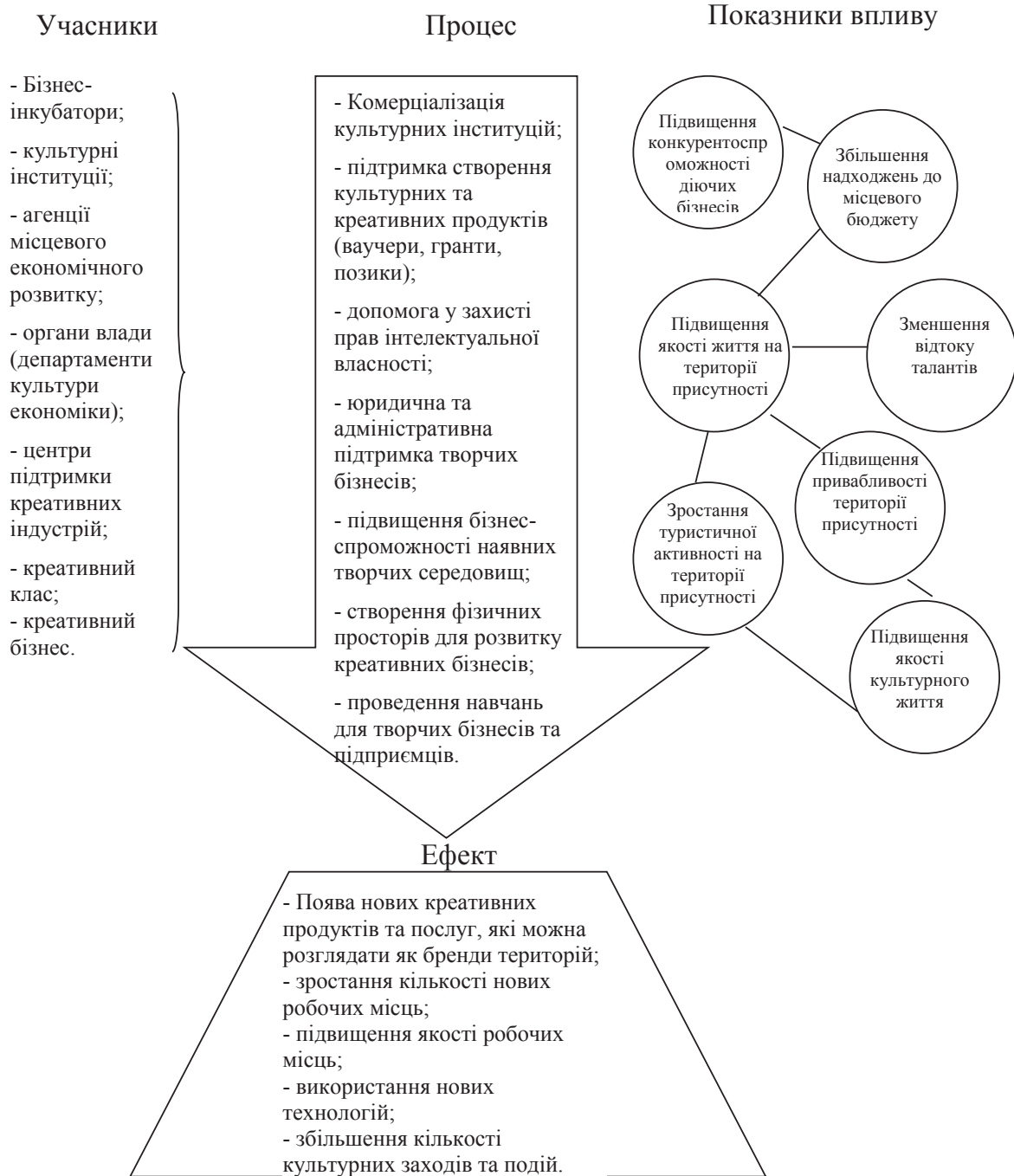


Рис. 1. Модель креативізації сучасної економіки

Джерело: власна розробка

вають у неперервному причинно-наслідковому зв'язку. Проте слід розуміти, що креативність може, зрештою, залишитись у формі задуму, а впровадження інновацій покликане забезпечити відчутний корисний ефект. Отже, для оцінювання ефективності креативних індустрій слід досліджувати весь ланцюг: від генерації креативної ідеї через формування інноваційного продукту до генерації доданої вартості. Інновації та креативність становлять один з пріоритетних напрямів програми соціально-економічного становлення Європейського Союзу «Європа 2020», основною метою якої

є сприяння розвитку творчості через навчання протягом усього життя як драйверу інноваційного розвитку та ключового фактору розвитку людського потенціалу [8, с. 78].

В умовах зростаючої глобалізації та зростаючих потреб публічних компаній у забезпеченні сталого успіху на ринку виникає необхідність підвищення ефективності операцій. Це завдання має вирішуватися на одному рівні з іншими, такими як здатність до інноваційного мислення, забезпечення динамічної стратегії взаємодії ресурсів та компетенцій відповідно до вимог

середовища. Поява інноваційних підприємств генерує здатність та мотивацію до пошуку нових рішень, концепцій та ідей, спрямованих на розвиток та підвищення ефективності технологій та заходів. Підвищуючи власну конкурентоспроможність, компанія впливає на стан економіки не тільки національного, але й європейського масштабу.

Ключовими ресурсами компаній є креативні працівники з унікальними компетенціями, живим розумом, прагненням до досконалості в діяльності та забезпеченням ефективності зростання за рахунок інновацій. Для того щоб ініціювати інновації, багато роботодавців прийняли стратегію управління компетенціями шляхом заохочення та мотивування працівників через самореалізацію та сприяння реалізації їх творчого потенціалу та творчих здібностей.

Дж. О'Коннор відзначає, що зміна парадигми споживання впливає на виробництво (з огляду на те, що креативний продукт стає товаром), яке також розглядається крізь призму креативізації, адже споживання креативного продукту пов'язане з освітою, стилем життя, дозволям, ідентичністю [6]. Оскільки виробництво у сфері креативності базується на інформації, то надзвичайний розвиток цифрових технологій та глобалізація мереж обміну інформацією зробили креативний сектор одним з найбільш динамічних у світі. Креативні індустрії створюють нові робочі місця, сприяють диверсифікації економіки та формують комфортне міське середовище. У розвинених країнах світу креативний сектор економіки генерує до 10% національного ВВП [1, с. 12].

Задля дослідження впливу на ВВП України інноваційного розвитку, зокрема креативного сектору економіки, проведено економіко-математичне моделювання залежності ВВП України від системи незалежних чинників, таких як x_1 (кількість інноваційно активних підприємств, що належать до креативної економіки, од.), x_2 (обсяг реалізованої інноваційної продукції у фактичних цінах, млн. грн.), x_3 (обсяг продукції із загального обсягу, поставленої на експорт, у фактичних цінах, млн. грн.). Перш за все була проведена перевірка цих чинників щодо мультиколінеарності за критерієм χ^2_{pr} , який визначається за формулою:

$$\chi^2_p = -\left(n - 1 - \frac{2m + 5}{6}\right) \ln(\det R).$$

Визначник $\det R=0,135$ кореляційної матриці A має такий вигляд:

1	0,700565	0,440318
0,700565	1	0,833164
0,440318	0,833164	1

При кількості змінних $m=3$, обсягу вибірки $n=14$, заданого рівня значущості $\alpha=0,05$ (ймовірність $P=0,95$), кількості ступенів вільності $k = \frac{1}{2}m(m - 1) = 3$ табличне значення $\chi^2=7,8$. Розраховане значення $\chi^2_{pr}=2,038$ є меншим за табличне, що свідчить про відсутність мульти-

колінеарності між цими трьома змінними, тобто вони незалежні. Вихідні дані подані в табл. 1.

Використовуємо функцію LINEST MS Excel для побудови багатофакторної моделі такого вигляду:

$$Y = 2394,223 - 10,721 x_1 + 0,093 x_2 - 0,145x_3.$$

Результати роботи функції LINEST в середовищі Excel мають такий вигляд:

-0,145	0,093	-10,721	2394,223
0,064	0,040	2,881	519,325
0,646	515,719		
6,081	10,000		
4852040,233	2659662,200		

Коефіцієнт детермінації становить 0,646, що свідчить про тісний зв'язок між факторними та результуючою ознаками. Критерій Фішера підтверджує адекватність моделі статистичним даним генеральної сукупності, тобто при ймовірності $P=0,95$ та ступенях вільності $k_1=m-1=2$, $k_2=n-m-1=10$ табличне значення F -розподілу становить 4,1. Розраховане значення $F=6,081$ є більшим за табличне, що свідчить про зв'язок між змінними для всієї генеральної сукупності даних.

Перевіримо отримані коефіцієнти моделі на статистичну значимість для оцінювання роздрібного товарообігу (у фактичних цінах). Значення t -статистики для ступені $k=2$ дорівнює 2,038 (ймовірність $P=0,95$). Оцінки стандартної помилки для коефіцієнтів такі: $S_0=519,325$, $S_1=2,881$, $S_2=0,04$, $S_3=0,064$, тому за формулою $t_i = \frac{a_i}{S_i}$, де $i=0,3$; a_i – коефіцієнти багатофакторної моделі, визначаємо параметри t -статистики. Отже, отримуємо такі значення: $t_0= 4,61$; $t_1=-3,732$; $t_2=2,342$; $t_3=-2,258$. Порівняння отриманих t_i з табличним значенням свідчить про те, що вони за модулем більші, ніж табличне значення t . Отримані фактичні значення показників свідчать про адекватність побудованої моделі.

Висновки. Підсумком проведеного дослідження є ідентифікація чинників впливу на формування креативних індустрій в Україні, актуалізація та обґрунтування впровадження концепції креативізації економіки України. Заслуговує на увагу розроблена в процесі дослідження схематична модель процесу креативізації, яка ілюструє взаємозв'язок всіх учасників процесу креативізації, акцентує увагу на їх функціях та очікуваному ефекті від впровадження креативізації. Автором ідентифіковано показники (індикатори) креативізації, серед яких слід назвати показники підвищення конкурентоспроможності діючих бізнесів, зростання надходжень до місцевого бюджету, підвищення якості життя на території присутності, зменшення відтоку талантів, підвищення привабливості території присутності, зростання туристичної активності на території присутності, підвищення якості культурного життя.

Запропоновано чисельне вимірювання ефективності креативізації у ланцюзі «генерація креативної ідеї → формування інноваційного продукту → гене-

Вихідні дані для побудови багатофакторної моделі

Кількість інноваційно активних підприємств за видами промисловості	Роки											
	2004	2005	2006	2007	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Текстильне виробництво, виробництво одягу, виробів зі шкіри	60	57	41	65	55	68	69	71	82	40	34	28
Легка промисловість	77	74	53	76	66	58	63	82	81			
Виробництво зі шкіри, виробів зі шкіри	17	17	12	11	8	14	12					
Оброблення деревини, виробництво виробів з неї (крім меблів)	31	23	22	48	43	53	56	138	134	36	40	45
Целюлозно-паперове виробництво, видавничча справа	39	40	42	69	52	66	78					
Загальна сума	224	211	170	269	239	220	221	283	296	209	216	76
Обсяг реалізованої інноваційної продукції у фактичних цінах, млн. грн.	18 764	24 995,4	30 892,7	40 188	33 697,6	42 386,7	36 157,7	35 891,6	25 669	23 050,1	23 050,1	17 714,2
Кількість виробів із загального обсягу, поставлених на експорт	7 984,2	12 494,8	12 797	14 666,6	13 713	12 630,6	13 354,9	16 053,4	7 486,4	10 843,8	10 843,8	5 518,8

Джерело: [3]

рація доданої вартості» шляхом дослідження впливу на ВВП України інноваційного розвитку підприємств креативного сектору. Кореляційно-регресійний аналіз доводить існування тісного зв'язку між ВВП, кількістю підприємств, що випускають інноваційну продукцію, обсягом реалізації інноваційної продукції та обсягами інноваційної продукції, поставленої на експорт. Побудовану багатофакторну модель доцільно використовувати для оцінювання та прогнозування впливу на ВВП розвитку інноваційної діяльності в Україні, де вагому частку мають підприємства, які належать до креативного сектору.

Отже, доведено, що унікальні властивості людського капіталу, талант, знання можуть стати поштовхом для розвитку вітчизняної економіки, реалізуватись у вигляді креативних індустрій та виступати інструментом генерування доданої вартості в загальнодержавних масштабах, забезпечуючи споживача інноваційною продукцією.

В Україні актуальним є ухвалення стратегічного програмного документа, в рамках якого державою буде здійснюватися цілеспрямована робота задля формування та розвитку креативного потенціалу. На рівні держави необхідно вирішувати питання підтримки креативних індустрій, що полягають в одночасному розвитку таких напрямів:

- 1) формування політик та захисту, вдосконалення діяльності професійних мереж та спілок;
- 2) зміцнення організаційних умов, зокрема через впровадження спеціальної освіти та навчання протягом життя;
- 3) розширення функцій інкубаторів та акселераторів;
- 4) організація кластерів, хабів та коворкінгів;
- 5) інтернаціоналізація та глобалізація.

Трансформація системи освіти вимагає радикальної реформи, спрямованої на приведення якості підготовки спеціалістів у відповідність до вимог креативної економіки. Сучасний професіонал повинен не лише володіти певними знаннями та вміннями, але й бути спроможним генерувати їх протягом свого життя. Так, необхідно запроваджувати програми підтримки креативного підприємництва, працювати над грантами, запроваджувати освітні програми в цій сфері, сприяти відкриттю нових підприємств у секторі креативної економіки, забезпечити для них пільгові кредити. Також необхідна прогресивна законодавча база, а саме закон про підтримку стартапів, спрощені умови оподаткування, податкові знижки для тих, хто інвестує в інноваційні індустрії, доступні умови ведення підприємництва.

Успішна креативізація у вигляді формування сприятливого інтелектуального середовища та розвитку системи соціально-економічної взаємодії дасть змогу працівникам реалізувати власні творчі здібності шляхом генерування нових ідей та втілення їх у вигляді інноваційної продукції, що забезпечить сталий розвиток вітчизняної економіки.

Список літератури:

1. Давимука С., Федулова Л. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.
2. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ : Наш Формат, 2018. 380 с.
3. Офіційний сайт державного комітету статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.02.2019).
4. Про внесення змін до Закону «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») : Закон (проект № 6738). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19> (дата звернення: 10.02.2019).
5. Идеологеми формування і розвитку креативного маркетингу організацій. URL: <https://msd.in.ua/ideologemi-formuvannya-i-rozvitku-kreativnogo-marketingu-organizacij> (дата звернення: 19.03.2019).
6. Культурні індустрії в сучасному місті. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/nova-rol-mist/kulturni-industrii-v-suchasnomu-misti> (дата звернення: 14.02.2019).
7. Як справи: сьогодні і завтра креативних індустрій в Україні. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/platforma-summary> (дата звернення: 11.03.2019).
8. Кліпкова О. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектору в управлінні підприємством. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*. 2015. Вип. 2(2). С. 76–80.
9. Лук'яненко Д., Галахова Т. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту. URL: [Nvdau_2016_23\(3\)_4.pdf](http://Nvdau_2016_23(3)_4.pdf) (дата звернення: 15.02.2019).

КРЕАТИВИЗАЦІЯ КАК ВЕКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье идентифицированы факторы влияния на формирование креативных индустрий, актуализировано и обосновано внедрение концепции креативизации экономики Украины. Разработана схематическая модель процесса креативизации, идентифицированы показатели (индикаторы) креативизации, среди которых следует назвать показатели повышения конкурентоспособности действующих бизнесов, роста поступлений в местный бюджет, повышения качества жизни на территории присутствия, уменьшения оттока талантов, повышения привлекательности территории присутствия, роста туристической активности на территории присутствия и повышения качества культурной жизни. Проведено оценивание эффективности креативизации в цепи «генерация креативной идеи → формирование инновационного продукта → генерация добавленной стоимости» путем исследования влияния на ВВП Украины инновационного развития предприятий креативного сектора. С применением методов корреляционно-регрессионного анализа доказано существование тесной связи между ВВП, количеством предприятий, выпускающих инновационную продукцию, объемом реализации инновационной продукции и объемами инновационной продукции, поставляемой на экспорт.

Ключевые слова: креативность, креативных индустрии, драйверы устойчивого развития, инновации, креативизация, эффективность креативизации.

CREATIVISATION AS A VECTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE MODERN ECONOMY

The article examined the factors influencing the formation of creative industries, updated and substantiated the introduction of the concept of creativeness of the Ukrainian economy. A schematic model of the process of creativity is formed; indicators (indicators) of creativeness are identified. These include indicators of increasing the competitiveness of existing businesses, increasing local budget revenues, improving the quality of life in the area, reducing the outflow of talent, increasing the attractiveness of the presence of the territory, increasing tourist activity in the area of presence and improving the quality of cultural life. The author evaluates the effectiveness of creativeness in the chain “generating a creative idea → forming an innovation product → the generation of added value” by studying the impact on Ukraine’s GDP of innovation development of enterprises in the creative sector. Using the methods of correlation-regression analysis, the existence of a close relationship between GDP, the number of enterprises producing innovative products, the volume of sales of innovative products and the volumes of innovative products put up for export has been proved. The schematic model of the process of creativeness suggested in the work should be used for visual representation of the interconnection of all elements of the process of creativeness, the detail of their functions and the expected effect of the introduction of creativeness. The constructed multifactorial model can be used to assess and forecast the impact of GDP on the development of innovation in Ukraine, where a large share of enterprises in the creative sector is occupied. The results of the study confirm that the unique properties of human capital, talent, knowledge can be an impetus for the development of the domestic economy, realized in the form of creative industries, acting as a means of generating added value on a national scale. It follows that the state must solve the issues of creativity through the formation of appropriate socio-economic policies, improving the activities of professional networks and unions; strengthening organizational conditions, in particular through the introduction of special education and lifelong learning; expansion of functions of incubators and accelerators; organization of clusters, hubs and co-workings; internationalization and globalization.

Key words: creativity, creative industry, sustainable development driver, innovation, creativeness, efficiency of creativeness.