

Чала Н. Д.

ЧИ СТАНУТЬ КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ДРАЙВЕРАМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ?

Статтю присвячено пошуку відповіді на запитання: чи можуть креативні індустрії стати драйверами економічного розвитку країни? Визначено категоріальний апарат, зокрема розглянуто поняття креативної економіки, показано її відмінність від інноваційної економіки. Крім того, у статті описано недосконалість класифікації креативних індустрій в Україні, наприклад, у статистиці комп'ютерне обладнання обраховують разом із програмним забезпеченням, через що спостерігається незіставність офіційних статистичних даних із фактичною ситуацією. Зроблено порівняльний аналіз внеску креативних індустрій в економіку Великої Британії, країн ОЕСР та України. У статті наведено приклади осередків креативної економіки в Україні. Крім того, визначено показники для оцінки внеску креативних індустрій в економічний розвиток країни та зазначено особливості державної політики щодо підвищення їх частки в економіці. Також поставлено дискусійне питання щодо продуктивності креативних індустрій, зокрема показано, що ІТ-сектор та «хенд мейд» належать до креативних індустрій, формують креативну економіку, але за продуктивністю, рівнем зростання та окупності інвестицій суттєво відрізняються. Зроблено висновок, що частка креативних індустрій в економіках різних країн є невеликою, до 6 %, драйверами економічного розвитку можуть стати креативні індустрії з високими темпами зростання та доходності (ІТ-сектор, розробка відеоігр, наукові розробки тощо).

Ключові слова: креативні індустрії, креативна економіка, економічний розвиток.

JEL classification: O4, O5

Вступ і постановка проблеми. Українська економіка за підсумками 2017 р. показала зростання ВВП на рівні 2,5 %. 2018-го Світовий банк прогнозує зростання на рівні 3,5 % [1]. Після значного падіння ВВП у 2015 р. на рівні 9,8 % та 2014 р. – 6,6 % для відновлення економіки темпи зростання мають бути близько 5–10 %. Тому нині триває науковий дискурс: що саме стане драйвером економічного зростання, яка саме галузь сприятиме відновленню економіки. Наукові школи, що базуються на працях Й. Шумпетера, стверджують, що високі темпи зростання можуть бути забезпечені тільки за рахунок інноваційного розвитку. Наукові школи еволюційної економіки, зокрема Е. Райтнер, стверджують, що країна має поступово проходити кожну стадію економічного розвитку, не може бути перестрибування через сходінку. Поряд із цим останнім часом дедалі частіше у науковому дискурсі розглядають креативні індустрії як драйвер економічного розвитку. Отже, метою статті є дослідження методичних підходів до визначення креативних індустрій, аналіз внеску креативних індустрій у вітчизняну економіку та її зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання внеску креативних індустрій у створення ВВП науковці досліджують доволі активно з моменту представлення концепції креативної економіки Дж. Хокінсом у 2001 р. Наприклад, професори П. Хігс та С. Канінгхем присвятили дослідження [2] розгляду внеску креативних індустрій у ВВП Великої Британії. Зокрема, вони досліджують зайнятість людей творчих професій у традиційних секторах (як-от автомобілебудування) та покращення споживацьких якостей товару (дизайн автомобіля). Швейцарські вчені Х. Векерле, Р. Падже, С. Гранд розглядають у своїх працях трансформаційний перехід від креативних індустрій до креативної економіки, тобто взаємозв'язок між культурою, економікою та технологіями. Азійський банк розвитку вважає креативність важливим компонентом знаннєвої економіки [3].

Невирішені частини проблеми. В українському науковому дискурсі категорія «креативна економіка» наявна з 2011 р. Коло наукових інтересів вітчизняних дослідників доволі широке: від вивчення успішних практик, креативних

індустрій, креативних соціальних акцій, розвитку та позиціонування регіону до загальнотеоретичних розвідок. Зацікавленість дослідженнями креативних індустрій і креативної економіки є зрозумілою, бо вона є відповіддю першій доповіді Римського клубу «Границі зростання». В основі креативної економіки лежить використання невичерпного творчого потенціалу людини, тому теоретично вона забезпечує безмежне екологічно-дружнє зростання без експлуатації вичерпних ресурсів. Водночас, незважаючи на активне дослідження науковцями креативної економіки, більшість державних документів щодо економічного розвитку базуються на індустріальній парадигмі і зорієнтовані на розвиток сільського господарства та важкої промисловості [4].

Мета і завдання статті. Постає питання щодо того, чи справді креативні галузі можуть стати драйверами економічного розвитку? Чи справді створення і розвиток креативної економіки забезпечує необмежене економічне зростання швидкими темпами? Чи є креативна економіка альтернативою інноваційній економіці? Саме пошуку відповідей на ці дослідницькі питання і присвячено цю наукову працю.

Основні результати дослідження. Перед початком дискусії надзвичайно важливо з'ясувати понятійний апарат, тобто що саме вважати креативною економікою і які види економічної діяльності належать до креативних індустрій. Дослідження наявних теорій [5] свідчить, що, попри деякі відхилення у визначенні креативної економіки у світі, цю категорію розуміють як економіку, що базується на максимальному використанні у господарській діяльності творчого потенціалу людини. Тобто це взаємодія творчості, економіки та інноваційних технологій для створення інтелектуальної власності. Конференція ООН із торгівлі та розвитку визначає обсяг креативної економіки за часткою креативних індустрій у загальній економіці. Проте ми поділяємо позицію британських учених, які при оцінці креативної економіки враховують не тільки частку креативних індустрій, а й внесок творчості у створення доданої цінності для споживача у традиційному виробництві [2]. У такому контексті впливає висновок, що розуміння витоків створення інновацій, інноваційного розвитку, інноваційної економіки та технологічний розвиток призвели до появи концепту креативної економіки. Опосередковано ця теза підтверджується методикою вимірювання індексу креативної продуктивності [10], який розроблено

спільно журналом «Економіст» та Азійським банком розвитку. Згідно з цим індексом продуктивність креативності оцінюють за спроможністю впроваджувати інновації, наявністю стимулів для інновацій та оточенням, що стимулюватиме інновації. На відміну від концепцій інноваційної економіки, де провідне місце посідає технологія та технологічний розвиток, у концепції креативної економіки провідну роль відводять культурі. Культуру розуміють у широкому сенсі, як суспільний простір, у якому людина живе і працює [7, с. 133–135].

Іншим питанням, яке допоможе більше зрозуміти структуру креативної економіки, є визначення, які саме види економічної діяльності належать до креативних індустрій, а коли можна говорити про збільшення додаткової цінності для споживача через вплив креативності. Конференція ООН із торгівлі та розвитку рекомендує відносити до креативних індустрій види економічної діяльності, де виробництво кінцевого продукту вимагає творчого внеску людини; кінцевий продукт несе символічні повідомлення для тих, хто його споживає (тобто він додатково слугує деяким, більшим комунікативним цілям); кінцевий продукт містить деяку інтелектуальну власність [6, р. 4]. Слід зазначити інші особливості креативних індустрій, на які вказують вчені [8]: продукти галузі часто недовговічні з високим ризиком невдачі на ринку; продукти продають на місцевих ринках різними мовами, але вони конкурують із міжнародною продукцією; ринок надзвичайно мінливий залежно від моди, тенденцій, невизначеності споживання. Отже, такі види діяльності справді можуть показати як стрімке зростання, так і несподівано швидке падіння.

Оцінюючи внесок креативних індустрій до ВВП країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), аналізують такі сфери економічної діяльності: реклама, архітектура, виробництво фільмів, фотографії, музики, передач для радіо та телебачення, дизайн, мистецтво та антикваріат [6, р. 32]. Частка креативних індустрій у ВВП країн ОЕСР становить від 2,8 % у Франції до 5,8 % у Великій Британії. Оцінюючи внесок креативних індустрій в економіку, у Великій Британії виділяють зайнятість у креативних індустріях, творчу зайнятість у промисловості і творчу зайнятість у креативній індустрії [9], при цьому визначають інтенсивність творчості у тій чи тій діяльності. Наприклад, творчу інтенсивність перекладацької роботи визначено на рівні 82,2 %, а бібліотек – 23,8 %.

Структура креативних індустрій за методикою розрахунку Департаменту культури, медіа та спорту Великої Британії дещо відрізняється від методики ОЕСР. Зокрема, до креативних індустрій у Великій Британії належать ІТ і виробництво програмного забезпечення, реклама і маркетинг, «хенд мейд», наукові розробки.

Економічна оцінка креативних індустрій передбачає розрахунок валової доданої вартості, яка створюється креативними індустріями, зайнятість у них та експорт [9]. Додатково науковці досліджують темпи зростання креативних індустрій і мультиплікатора впливу креативності на зростання інших галузей [2], тобто коли в основі професійної діяльності лежить індивідуальна творчість, талант, майстерність, які мають потенціал для створення матеріальних цінностей і робочих місць через створення інтелектуальної власності. Зокрема, було показано, що високі темпи зростання на рівні 10–15 % мають такі галузі, як ІТ, розробка відеоігор, реклама, водночас такі галузі, як «хенд мейд», бібліотечна справа, музеї, показують темпи зростання на вище ніж 1 %. Таку різницю можна пояснити насамперед способом виробництва. Якщо використовують інноваційні технології, то галузь має високі темпи зростання. Тобто створення нових сюжетів, як частина роботи у «хенд мейд», має безумовно творчий характер, але для виконання і реалізації цих ідей використовують переважно традиційні технології, тому і темпи зростання невисокі. Отже, не всі галузі креативних індустрій можуть стати драйверами економічного зростання, а саме ті, які базуються на інноваційних технологіях. На наш погляд, також важливо оцінити продуктивність креативних індустрій, тобто наскільки ефективно у країні творчі ідеї перетворюються на кінцевий продукт і наскільки ефективно країна здатна капіталізувати креативність, що залежить також від інституційного розвитку.

Отже, спробуємо оцінити вплив креативних індустрій на зростання української економіки за визначеними показниками: частка креативних індустрій у структурі валової доданої вартості, частка зайнятих осіб та частка у експорті. Найпершою проблемою для оцінки є визначення: які саме види економічної діяльності відносити до креативних індустрій; за якою методикою визначати види економічної діяльності, що належать до креативних індустрій: ОЕСР, Великої Британії чи ЄС. Це важливо не тільки для правильності

відображення статистичної інформації, зіставності даних, а й для розуміння якості національної економіки.

Найбільша частка валової доданої вартості у національній економіці створюється у промисловості – 25,7 %; торгівлі та транспорті – 25 %, державному управлінні й обороні – 14,5 % та сільському господарстві – 12,1 %. За офіційними даними Державного комітету статистики України, найбільша кількість зайнятих у сфері оптової та роздрібною торгівлі, ремонті автотранспорту – 21,6 % від загальної кількості тих, що працюють; 17,61 % – зайнятих у сільському господарстві; 15,33 % – у промисловості. За офіційною статистикою, у сфері, яку можна віднести до креативної економіки, в Україні зайнято 5,6 % працівників. Аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі та видів послуг дає змогу виділити частку креативної економіки в експорті послуг на рівні 16,83 %. Водночас варто зауважити, що тут було враховано наукові та технічні, комп'ютерні та інформаційні послуги, роялті та інші види послуг із використанням інтелектуальної власності. За товарною структурою експорту українська економіка продовжує залишатися традиційною, де переважає продукція сільського господарства (зернові культури) – 19,5 % та продукція металургії (чорні метали) – 26,8 %. У структурі послуг 54,7 % становлять транспортні послуги, з яких 52,4 % – це послуги трубопровідного транспорту. Отже, наразі за офіційними статистичними даними українська економіка є традиційною, де переважає сільське господарство і важка промисловість. За такої структури вона не здатна демонструвати високі темпи зростання.

Водночас варто звернути увагу і на деяку невідповідність офіційних статистичних даних реальності. Зокрема в інформаційних джерелах трапляються повідомлення, що тут зосереджено найбільший кластер весільних суконь, до якого належать 300 виробників. Підприємці експортують свою продукцію у 60 країн світу, і ця галузь об'єднує уже 15 тис. спеціалістів [10]. Офіційні статистичні дані щодо виробництва продукції за видами економічної діяльності по регіонах показують, що в Чернівецькій області сукні не виробляють. Структура зайнятості населення в Чернівецькій області традиційна для України: 28,79 % зайнятого населення області – у сільському господарстві, 18,7 % – в оптовій торгівлі. Цікаво, що 49,8 % від кількості зайнятого населення Чернівецької області є неформально зайнятими,

це значно більше, ніж загалом по країні. Тобто близько половини населення області зайнято в офіційно незареєстрованому секторі економіки, що передбачає приховування від обліку та оподаткування результати дозволеної законодавством діяльності. Це і є відповіддю на питання невідповідності статистичних і фактичних даних щодо виробництва весільних суконь у Чернівецькій області.

За кількістю стартапів Україна у світі посіла 37-ме місце, при цьому обігнавши Гонконг, Данію, Естонію, Південну Корею [11]. В Україні було нараховано 206 успішних стартапів, більшість з яких належать до креативних індустрій. У глобальному рейтингу креативності Україна посідає 45-ту позицію, причому за оцінкою наявності освіченого креативного класу – 24-ту [12]. У глобальному інноваційному рейтингу Україна займає 50-ту позицію, причому знову за рахунок креативності [13].

Обидва наведені приклади вказують, що маємо шалену недооцінку й недокапіталізацію творчого потенціалу в економіці. Можна спробувати це пояснити пануванням консервативних підходів при розробці стратегічних документів на державному рівні, що зумовлює державну підтримку традиційного виробництва і витискує креативні індустрії у сектор неформальної зайнятості. Отже, для того, щоб креативні індустрії та креативність стали драйверами економічного розвитку, в Україні має насамперед змінитися розуміння важливості продукування нових ідей, що вимагає злагодженої політики також у сферах економіки, освіти, культури.

Висновки та пропозиції щодо подальших досліджень. Дослідження показало, що частка креативних індустрій у національних економіках невелика, до 6 %, але окремі з них показують надзвичайно високі темпи зростання, значущим також є внесок креативності у зростання традиційних галузей. Щодо української економіки, то, незважаючи на високі місця країни у рейтингу креативності, рейтингу стартапів та рейтингу інноваційності, креативність та креативний потенціал в країні залишається недокапіталізованими. Через недосконалу методіку збору статистичних даних ускладнюється оцінка частки креативних індустрій в українській економіці, а вплив креативності у традиційних галузях підрахувати неможливо. На прикладі аналізу Чернівецької області було показано, що більшість тих, хто працюють у креативних індустріях зайняті у неформальному секторі, тому наразі їхній внесок у національну економіку незначний.

Світовий досвід доводить, що активізація розвитку креативних індустрій сприяє значному прискоренню темпів зростання ВВП. Крім того, капіталізація творчого потенціалу людини сприяє зростанню її задоволеності та добробуту. Конкурентоспроможність українських продуктів креативних індустрій на світовому ринку підтверджує, що вони можуть стати драйвером економічного розвитку країни, а висока позиція України в рейтингу креативності вказує на можливість активізації цього чинника і в традиційних галузях.

Список літератури

1. Україна. Економічний огляд 10 квітня 2018 р. Світовий банк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pubdocs.worldbank.org/en/562071523347836199/Ukraine-Economic-Update-April-2018-Ukr.pdf>. – Назва з екрана.
2. Higgs P. Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? / P. Higgs, S. Cunningham // Creative Industries Journal. – 2008. – Vol. 1, No. 1. – P. 7–30.
3. Creative Productivity Index Analysing creativity and innovation in Asia. A report by The Economist Intelligence Unit for the Asian Development Bank August 2014 [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.adb.org/sites/default/files/publication/59586/creative-productivity-index_0.pdf. – Title from the screen.
4. Указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 «Про Стратегію розвитку України до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. – Назва з екрана.
5. Куриляк В. Є. Креативна економіка як нова парадигма пост-індустріальної цивілізації / В. Є. Куриляк, М. А. Живко, Б. В. Літовченко // Вісник Академії митної служби України. Серія: «Економіка». – 2013. – № 2 (50). – С. 92–98.
6. Creative Economy: A Feasible Development Option. UNCTAD Creative Economy Report 2010 [Electronic resource]. – Mode of access: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf. – Title from the screen.
7. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку / О. Жилінська, О. Мельничук, Л. Антоноук, О. Гуменна, А. Радчук, Я. Столярчук, С. Тарута, Г. Харламова, Н. Чала, О. Шнирков. – Львів : Кальварія, 2017. – 168 с.
8. Titan E. The Impact Of Cultural-Creative Industries On The Economic Growth [Electronic resource] / E. Titan, V. Voineagu, M. Todose // A Quantitative Approach Annals of Faculty of Economics, University of Oradea, Faculty of Economics. – 2008. – Vol. 2 (1). – P. 930–935. – Mode of access: <http://steconomice.uoradea.ro/analae/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/170.pdf>. – Title from the screen.
9. Creative Industries Economic Estimates Methodology [Electronic resource]. – Mode of access: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf. – Title from the screen.

10. Фоукс-Вільямс І. Як вийти на світовий ринок за допомогою конкурентів [Електронний ресурс] / І. Фоукс-Вільямс. – Режим доступу: <https://kfund-media.com/3994/>. – Назва з екрана.
11. The Startup Ranking [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.startupranking.com/countries>. – Title from the screen.
12. The Global Creativity Index 2015 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>. – Title from the screen.
13. The Global Innovation Index 2017 [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf. – Title from the screen.

References

1. Ukraine. Economic Update. April 10, 2018. The World Bank. Retrieved from <http://pubdocs.worldbank.org/en/684631523347829626/Ukraine-Economic-Update-April-2018-Eng.pdf>.
2. Higgs, P., & Cunningham, S. (2008). Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? *Creative Industries Journal*, 1, 7–30.
3. Creative Productivity Index. Analysing creativity and innovation in Asia. A report by The Economist Intelligence Unit for the Asian Development Bank August 2014. Retrieved from https://www.adb.org/sites/default/files/publication/59586/creative-productivity-index_0.pdf.
4. The Decree of the President of Ukraine “On the Strategy of Ukraine’s Development till 2020”. (2015). Verkhovna Rada official web portal. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
5. Kuryliak, V., Zyvko, M., & Lytovchenko, B. (2013). Creative economy as a new paradigm of post-industrial civilization *Visnyk Akademii mytnoj sluzhby Ukrainy*, 2 (50), 92–98.
6. Creative Economy: A Feasible Development Option. UNCTAD Creative Economy Report (2010). Retrieved from http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf.
7. Kharlamova, G., Melnychuk, O., Antonyuk, L., Chala, N., Humenna, O., Radchuk, A., Shnyrkov, O., Stolyarchuk, Y., Taruta, S., Zhylynska, O., & Moscardini, A. (2018). *Ukraine 2030. The Doctrine of Sustainable Development*. Kyiv: ADEF-Ukraine PH, 164.
8. Titan, E., Voineagu, V., Todose, M. (2008). The Impact Of Cultural-Creative Industries On The Economic Growth. *A Quantitative Approach Annals of Faculty of Economics, University of Oradea, Faculty of Economics*, 2 (1), 930–935. Retrieved from <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/170.pdf>.
9. Creative Industries Economic Estimates Methodology. Retrieved from https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf.
10. Fokus-Viljams I. (2017). How to get to the world market by using of competitors. Retrieved from <https://kfund-media.com/3994/>.
11. The Startup Ranking. (2017). Retrieved from <https://www.startupranking.com/countries>.
12. The Global Creativity Index. (2015). Retrieved from <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>.
13. The Global Innovation Index. (2017). Retrieved from http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf.

N. Chala

WILL CREATIVE INDUSTRIES BECOME DRIVERS OF ECONOMIC GROWTH IN UKRAINE?

The article answers the question whether creative industries can become the drivers of the country's economic development. The article defines the creative economy and creative industries. The paper shows how the creative economy and innovative economy differ. The basis of the creative economy is culture, and the basis of the innovative economy is technology. The author shows the imperfection of the classification of creative industries in Ukraine. For example, computer equipment is counted together with the software. However, computer equipment (hardware) is an innovative technology, and software is a creative industry. This situation leads to errors in calculating the contribution of creative industries to the GDP of the country.

The article contains a comparative analysis of the contribution of creative industries to the economy of OECD countries, the UK and Ukraine. The article presents examples of creative clusters in Ukraine. In addition, it has been shown that most of the creative industries in Ukraine are in the informal economy, and they are not reflected in official statistics. The article draws attention to the peculiarities of the state policy on increasing the share of creative industries in the economy, as well as indicators for assessing the contribution of creative industries to the country's economic development. The article shows that productivity and growth rates in different sectors of creative industries are different. This is illustrated by the example of two polar sectors: IT and handmade. IT and handmade relate to creative industries and form a creative economy; however, productivity, growth, and return on investments in these sectors are significantly different. So the author concludes that the share of creative economy in different countries is up to 6%. The drivers of economic development can become creative industries with high rates of growth and profitability, namely IT, the development of video games, and scientific developments.

Keywords: creative industries, creative economy, economic development.

Матеріал надійшов 30.04.2018