

Святослав В. Князь, Неллі Г. Георгіаді
**СТРУКТУРА, МОЖЛИВОСТІ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ВІРТУАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ**

У статті з позиції теорії множин обґрунтовано характер взаємодії компонентів віртуальної економіки і креативних індустрій. Доведено, що множини віртуальної економіки і креативних індустрій мають спільні компоненти. Аргументовано, що базовими положеннями, на основі яких має здійснюватись розвиток віртуальної економіки і креативних індустрій, є безпека і готовність суб'єктів економічних відносин до сприйняття нового.

*Ключові слова: креативність; Інтернет; віртуальна економіка.
Форм. 5. Літ. 14.*

Святослав В. Князь, Неллі Г. Георгіаді
**СТРУКТУРА, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ВИРТУАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

В статье с позиции теории множеств описан характер взаимодействия компонентов виртуальной экономики и креативных индустрий. Доказано, что множества виртуальной экономики и креативных индустрий имеют общие компоненты. Аргументировано, что базовыми положениями, на основе которых должно осуществляться развитие виртуальной экономики и креативных индустрий, являются безопасность и готовность субъектов экономических отношений к восприятию нового.

Ключевые слова: креативность; Интернет; виртуальная экономика.

Sviatoslav V. Kniaz¹, Nelli H. Heorhiadi²
**STRUCTURE, POSSIBILITIES AND PROSPECTS
OF THE DEVELOPMENT OF VIRTUAL ECONOMY
AND CREATIVE INDUSTRIES**

The article describes the nature of the relationship between the components of virtual economy and creative industries from the standing point of the set theory. The authors prove that the sets of virtual economy and creative industries have common components. And they also argue that the fundamentals of the development of virtual economy and creative industries are their security and readiness of business entities to perceive novelty.

Keywords: creativity; Internet; virtual economy.

Постановка проблеми. В умовах обмеженості природних ресурсів традиційна економіка (промислове видобування і переробка корисних копалин, а також виробництво напівфабрикатів і готової продукції) зазнає постійного скорочення можливостей розвитку. Це позначається на кількості зайнятих у промисловості, обсягах завантаження виробничих потужностей, динаміці показників, які характеризують ефективність вкладення коштів у традиційну промисловість. Як наслідок, зростає актуальність розвитку віртуальної економіки, тобто економіки, що функціонує в середовищі телекомунікаційних мереж і сучасних ІТ-технологій. Швидкі темпи розвитку Інтернет-торгівлі, Інтернет-банкінгу, Інтернет-реклами тощо забезпечуються величезною кількістю суб'єктів віртуальної економіки, її глобалізацією, а також оптимальною

¹ National University "Lviv Polytechnics", Ukraine.

² National University "Lviv Polytechnics", Ukraine.

логістикою бізнес-процесів. Віртуальна економіка забезпечує максимальну зручність і раціональність як для суб'єктів, що створюють пропозицію, так і для суб'єктів, які виявляють попит на певні товари чи послуги.

Особливе місце у віртуальній економіці займають рекламні технології. Загальновідомим є вислів «реклама – двигун торгівлі». У буквальному розумінні слова так і є. Масштаби поширення інформації Інтернетом не йде в жодне порівняння з можливостями реклами через інші засоби комунікації, зокрема газети, телебачення, рекламні щити тощо. Тобто продуктивність реклами у віртуальному середовищі – поза конкуренцією.

Якщо ще 10 років тому експерти, аналізуючи тенденції економічного розвитку у світі, стверджували, що ріст віртуальної економіки характерний лише для високорозвинутих країн, де більшість населення зайняте у сфері нематеріального виробництва, то сьогодні для всього світу характерним є масове зростання зайнятості у сфері Інтернет-торгівлі, Інтернет-страхування, Інтернет-банкінгу, Інтернет-реклами тощо. Це є наслідком розвитку т.зв. креативних індустрій.

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що економічна наука і теоретичні напрацювання у сфері менеджменту далеко відстають від реалій підприємницького сьогодення. Економічні відносини між суб'єктами віртуальної економіки розвиваються дуже стрімко. Під впливом глобалізації комунікацій та інтернаціоналізації венчурного бізнесу подекуди складається враження, що інноваційні рішення і можливості виникають стихійно, неконтрольовано, рефлексивно. Попри випереджувальний характер розвитку віртуальної економіки сьогодні вона ще не компенсує стагнаційних процесів у традиційній (реальній) економіці. Як наслідок, виникає необхідність у глибшому науковому обґрунтуванні теоретичних і методико-прикладних положень щодо усунення дисбалансів між віртуальною і реальною економіками, спрямування їх у русло розвитку цілісного механізму задоволення суспільних економічних потреб.

Аналіз досліджень і публікацій. Огляд та аналіз літературних джерел з проблем усунення дисбалансів між віртуальною і реальною економіками показав, що автори переважно приділяють увагу характеру виявлених дисбалансів [2; 3; 5; 7; 8], опису динаміки розвитку віртуальної економіки [6; 9; 11; 13], аргументації необхідності формування креативних індустрій [1; 4; 10; 12].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Виходячи з наукових праць, присвячених розв'язанню вказаної проблеми, досі поза увагою науковців залишились структура, можливості і перспективи розвитку віртуальної економіки та креативних індустрій у контексті усунення дисбалансів між віртуальною і реальною економіками.

Мета дослідження полягає в уточненні структури, можливостей і перспектив розвитку віртуальної економіки та креативних індустрій в контексті усунення дисбалансів між віртуальною і реальною економіками.

Основні результати дослідження. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що віртуальна економіка та креативні індустрії перебувають у тісній взаємодії та взаємозалежності. Від диверсифікованості компонентів їх розвитку залежить швидкість інноваційних перетворень в економіці та суспільстві. До компонентів віртуальної економіки належать:

- електронна торгівля (торгівля товарами і послугами за допомогою Інтернет-магазину або інтерактивної сторінки реально існуючої компанії, на якій відбувається контактування продавців із покупцями на засадах оптимізації логістичних витрат. Відкриття Інтернет-магазину не потребує організації експедиторської служби, підготовки торгових залів, навчання і утримання персоналу тощо. Достатньо відкрити сайт. Доставка товарів може здійснюватись поштою, а розрахунки – за допомогою автоматизованих платіжних сис-

$$\text{тем}) - \left\{ E_t^\alpha \right\}_{t=1};$$

- Інтернет-банкінг, страхування і біржова діяльність (сукупність послуг, що надаються фінансовими компаніями дистанційно, за допомогою сучасних

$$\text{засобів супутникового та кабельного зв'язку) - \left\{ I_b^\beta \right\}_{b=1};$$

- Інтернет-реклама (реклама, яка поширюється Інтернетом. Реклама в Інтернеті є ресурсом, найважливішою функцією якого є інформування

$$\text{Інтернет-користувача про певний товар чи послугу) - \left\{ I_r^\chi \right\}_{r=1};$$

- Інтернет-консалтинг (форма дистанційного обслуговування клієнтів, яка передбачає надання аналітично-інформаційних послуг як на платних, так і безоплатних засадах. Безкоштовний Інтернет-консалтинг використовується в якості послуги, що забезпечує додаткові ринкові переваги одного виробни-

$$\text{ка, у порівнянні з іншим) - \left\{ I_k^\delta \right\}_{k=1}, \text{ тобто}$$

$$\left\{ E_t^\alpha \right\}_{t=1} \cup \left\{ I_b^\beta \right\}_{b=1} \cup \left\{ I_r^\chi \right\}_{r=1} \cup \left\{ I_k^\delta \right\}_{k=1} \Leftrightarrow \bigcup_{e=1}^n \left\{ W_e^n \right\}, \quad (1)$$

де $\bigcup_{e=1}^n \left\{ W_e^n \right\}$ – віртуальна економіка як об'єднання множин, кожна з яких ре-

презентує сектор віртуальної діяльності, в якому на основі інформації та комунікацій створюються нові робочі місця і реалізуються можливості отримання доходів і прибутків корпораціями та окремими індивідами.

Своєю чергою, складовими креативних індустрій є:

- індустрії культурної спадщини (пам'ятники архітектури і побуту, музеї, бібліотеки, виставки, фестивалі тощо) – $\left\{ I_s^\varepsilon \right\}_{s=1};$

- індустрії традиційного мистецтва (малярське і театральне мистецтво, кіноматографія, фотомистецтво, вокально-музичне мистецтво тощо) – $\left\{ I_m^\phi \right\}_{m=1};$

- індустрії інноваційно-креативних послуг (креативні студії, консалтингові послуги, венчурне підприємництво тощо) – $\left\{ I_p^\phi \right\}_{p=1};$

- індустрії творчих послуг (теле- та радіомовлення, видавнича справа, мода, дизайн, аніматорство) – $\left\{ I_g^{\gamma} \right\}_{g=1}$;
- індустрії розвитку інфраструктури (послуги із створення осередків доступу до Інтернету, розвитку комунікаційних мереж, розробки і поширення програмних продуктів різного функціонального призначення) – $\left\{ I_f^{\eta} \right\}_{f=1}$;
- індустрії розвитку освіти і науки (заклади освіти і науки, наукові конкурси, симпозиуми, конференції, круглі столи, конгреси тощо) – $\left\{ I_o^i \right\}_{o=1}$.

Сукупність складових креативних індустрій є об'єднанням множин $\left(\bigcup_{i=1}^m K_i \right)$, які репрезентують собою сектори діяльності, в яких творчі ініціативи спрямовуються на розвиток можливостей застосування усіх форм інтелекту на благо задоволення індивідуальних, корпоративних і суспільних потреб. У формалізованому вигляді креативні індустрії як об'єднання множин можна записати так:

$$\bigcup_{i=1}^m K_i \Leftrightarrow \left\{ I_s^{\varepsilon} \right\}_{s=1} \cup \left\{ I_m^{\phi} \right\}_{m=1} \cup \left\{ I_p^{\phi} \right\}_{p=1} \cup \left\{ I_g^{\gamma} \right\}_{g=1} \cup \left\{ I_f^{\eta} \right\}_{f=1} \cup \left\{ I_o^i \right\}_{o=1}. \quad (2)$$

Спільним елементом усіх складових віртуальної економіки є інформаційна інфраструктура

$$\begin{aligned} & \left\{ E_t^{\alpha} \right\}_{t=1} \cap \left\{ I_b^{\beta} \right\}_{b=1} \cap \left\{ I_r^{\chi} \right\}_{r=1} \cap \left\{ I_k^{\delta} \right\}_{k=1} = \\ & = \left\{ I_h^{\kappa} \right\}_{h=1} \mid \left\{ I_h^{\kappa} \right\}_{h=1} \in \left\{ E_t^{\alpha} \right\}_{t=1} \wedge \left\{ I_h^{\kappa} \right\}_{h=1} \in \left\{ I_b^{\beta} \right\}_{b=1} \wedge \left\{ I_h^{\kappa} \right\}_{h=1} \in \left\{ I_r^{\chi} \right\}_{r=1} \wedge \left\{ I_h^{\kappa} \right\}_{h=1} \in \left\{ I_k^{\delta} \right\}_{k=1}, \end{aligned} \quad (3)$$

де $\left\{ I_h^{\kappa} \right\}_{h=1}$ – множина елементів, які репрезентують собою інформаційну інфраструктуру як компоненту кожної із складових віртуальної економіки.

У свою чергу, креативність виступає спільною точкою дотику креативних індустрій

$$\begin{aligned} & \left\{ I_s^{\varepsilon} \right\}_{s=1} \cap \left\{ I_m^{\phi} \right\}_{m=1} \cap \left\{ I_p^{\phi} \right\}_{p=1} \cap \left\{ I_g^{\gamma} \right\}_{g=1} \cap \left\{ I_f^{\eta} \right\}_{f=1} \cap \left\{ I_o^i \right\}_{o=1} = \\ & = \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \mid \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \in \left\{ I_s^{\varepsilon} \right\}_{s=1} \wedge \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \in \left\{ I_m^{\phi} \right\}_{m=1} \wedge \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \in \\ & \in \left\{ I_p^{\phi} \right\}_{p=1} \wedge \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \in \left\{ I_g^{\gamma} \right\}_{g=1} \wedge \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \in \left\{ I_f^{\eta} \right\}_{f=1} \wedge \left\{ K_i^{\lambda} \right\}_{i=1} \in \left\{ I_o^i \right\}_{o=1}, \end{aligned} \quad (4)$$

де $\left\{ K_i^\lambda \right\}_{i=1}^{\lambda}$ – множина елементів, які репрезентують собою креативність як компоненту кожної із складових креативних індустрій.

Британський департамент культури, медіа та спорту визначив креативні індустрії як «індустрії, які походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту, і які мають потенціал до багатства і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності» [14]. ЮНЕСКО визначило креативні індустрії як такі, метою яких є «створення, виробництво і комерціалізація інформації творчого (креативного) змісту. Така інформація зазвичай захищена правом інтелектуальної власності і може набирати форми продукту чи послуги» [14]. Американський економіст Р. Флоріда [12] та німецький філософ Т. Адорно [11] концептуально довели, що в суспільстві формується постійно зростаючий креативний клас – люди, які змінюють майбутнє. Членом креативного класу є кожен, хто здатен заробляти у віртуальному середовищі. Враховуючи це, в науці і бізнесі зростає актуальність орієнтації на створення умов для розвитку класу нової формації, особистостей, які навчаються і працюють не для нагромадження знань, а для розвитку своїх інтелектуальних можливостей, отримання впевненості у своєму майбутньому, досягнення незалежності в особистому кар'єрному розвитку.

Отже, інформаційна інфраструктура та креативність – основні прояви прогресивних тенденцій розвитку потреб сучасного суспільства. Проведені дослідження показали також те, що, незважаючи на перманентність змін, характерних для віртуальної економіки та креативних індустрій, наскрізними принципами їх розвитку (R_s) є безпека (B) і готовність до сприйняття нового, непізаного (G):

$$\therefore \exists B \wedge G : \left\{ K_h^k \right\}_{h=1}^k \wedge \left\{ K_i^\lambda \right\}_{i=1}^\lambda \Rightarrow R_s. \quad (5)$$

Суперечність цих двох принципів спонукає до технологічного розвитку щодо посилення безпеки, а також сприяє поступовій адаптації різних суспільних формацій до бачень, потреб та ідей креативного класу. Як наслідок, розвиток креативних індустрій уможлиблює поступове розширення чисельності суспільних груп, залучених до підтримання безпеки, комфортності співіснування різних формацій, і є джерелом інтелектуального оновлення управлінських та інженерно-технологічних підходів у реальній економіці.

Висновки. Розвиток креативних індустрій є необхідним для підвищення в суспільстві чисельності формацій, спроможних скеровувати власні інтелектуальні здібності і творчу енергію на розв'язання управлінських та інженерно-технологічних проблем реальної економіки, вияв і використання нових можливостей задоволення інтересів суспільства, забезпечення зростання комфорту і безпеки. Зростання інформаційно-технологічних можливостей креативних індустрій є передумовою розширення меж віртуальної економіки, а також прискорення її інтеграції у технологічні процеси, що мають місце у реальній економіці.

Дисбаланси між віртуальною і реальною економікою зникають тоді, коли обидві економіки стають цілісним механізмом, рушієм якого є інформація

креативно-інноваційного характеру та інтелектуальні ресурси постійно зростаючого креативного класу.

1. *Базилевич В., Ільїн В.* Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку: Монографія. – К.: Знання, 2008. – 687 с.
Vazylyevych V., Ilin V. Intelektualna vlasnist: kreatyvy metafizychnoho poshuku: Monohrafiia. – К.: Znannia, 2008. – 687 s.
2. *Борщук Є.М.* Основи теорії стійкого розвитку еколого-економічних систем: Монографія. – Львів: Растр, 2007. – 436 с.
Borshchuk Ye.M. Osnovy teorii stiikoho rozvytku ekoloho-ekonomichnykh system: Monohrafiia. – Lviv: Rastr, 2007. – 436 s.
3. *Ваховиц І., Чуль І.* Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір // eforum-lntu.com.
Vakhovych I., Chul I. Rozvytok kreatyvnykh industrii: rehionalnyi vymir // eforum-lntu.com.
4. *Горlach М.І.* Становлення сучасної філософської концепції розвитку // readbookz.com.
Horlach M.I. Stanovlennia suchasnoi filosofskoi kontseptsii rozvytku // readbookz.com.
5. *Коновалов С.В.* Дисбаланси сучасної світової економіки, їх вплив на поглиблення рецесії // lib.chdu.edu.ua.
Konovalov S.V. Dysbalansy suchasnoi svitovoi ekonomiky, yikh vplyv na pohlyblennia retsesii // lib.chdu.edu.ua.
6. *Кравчук Н.* Асиметрії і дисбаланси глобального розвитку: ідейно теоретичні та фундаментальні основи дослідження // ir.kneu.edu.ua.
Kravchuk N. Asymetrii i dysbalansy hlobalnogo rozvytku: ideino teoretychni ta fundamentalni osnovi doslidzhennia // ir.kneu.edu.ua.
7. Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір: Кол. монографія / НАН України; Інститут демографії та соціальних досліджень; Програма розвитку ООН в Україні / Е.М. Лібанова (ред.). – К., 2008. – 316 с.
Liudskiy rozvytok v Ukraini: innovatsiinyi vymir: Kol. monohrafiia / NAN Ukrainy; Instytut demohrafiyi ta sotsialnykh doslidzhen; Prohrama rozvytku OON v Ukraini / E.M. Libanova (red.). – K., 2008. – 316 s.
8. *Мельник Я.* Екологія людини і культури в контексті еволюції культурно-політичних метаморфоз // Етнос і культура. – 2012. – №9. – С. 70–78.
Melnyk Ya. Ekolohiia liudyny i kultury v konteksti evoliutsii kulturno-politychnykh metamorfoz // Etnos i kultura. – 2012. – №9. – S. 70–78.
9. *Никончук О.* Конкуренентоспроможність українських віртуальних підприємств в умовах глобалізації // mekon.16mb.com.
Nykonchuk O. Konkurentospromozhnist ukrainiskykh virtualnykh pidpriemstv v umovakh hlobalizatsii // mekon.16mb.com.
10. *Орехова Т.В.* Транснаціоналізація економічних систем в умовах глобалізації: Монографія. – Донецьк: ДонНУ, 2007. – 394 с.
Oriekhova T.V. Transnatsionalizatsiia ekonomichnykh system v umovakh hlobalizatsii: Monohrafiia. – Donetsk: DonNU, 2007. – 394 s.
11. *Adorno, T.* Politics and Economics in the Interview Material // ada.evergreen.edu.
12. *Florida, R.* The Rise of the Creative Class // www.matr.net.
13. *Kniaz, S.V., Holyavka, L.* (2014). The peculiarities of an enterprise intellectual potential bearer's interaction and the identification of their goals. *Econtechmod*, 3(2): 21–27.
14. *Understanbing Creative Industries* // portal.unesco.org.

Стаття надійшла до редакції 10.03.2016.