

УДК 338.28

Ищук Ярослава Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіко-математичного моделювання і статистики

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Ищук Ярослава Владимировна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры экономико-математического моделирования и статистики

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Ischuk Yaroslava

PhD in Economics, Associate Professor,

Assistant Professor at the Department of

Economic and Mathematical Modeling and Statistics

SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

APPROACHES TO STUDYING CREATIVE ECONOMY

Анотація. Дослідження креативної економіки неможливе без ґрунтовного аналізу уже наявних підходів до її вивчення. У статті на основі аналізу підходів до вивчення креативної економіки через призму найпопулярніших тез та ідей провідних науковців у цій сфері – Руйссенаарса Дж., Сучіу М.-К., Хоукінса Дж., Флориди Р. та ін. – було з'ясовано, що креативна економіка – це новий вид економіки, ядром якої є культура, що містить виокремлені та загальноприйняті на сьогодні головні компоненти, які разом з тим, є її фундаментальними частинами, – це талант, творчість та толерантність. Одночасно ці компоненти є

невід'ємними для кожної з індустрій, які є складовими креативної економіки, а саме: культурні об'єкти, традиційні види культурного самовираження, виконавські види мистецтва, медіа, аудіовізуальна творчість, художня творчість, видавнича діяльність, дизайн, художньо-предметне мистецтво та інженерна практика у сфері індустріального виробництва, творчі послуги.

Таке поєднання матеріального і духовного в кожній із зазначених індустрій ускладнює процес їх вивчення та аналізу для дослідника. Враховуючи те, що наразі кожна із цих індустрій розвивається в умовах перетину трьох векторів: технологічно-цифровізаційного, творчого та підприємницького, виникає необхідність в організації та проведенні додаткових моніторингів, а також залучення альтернативних та нестандартних методів аналізу для надання об'єктивної та якісної оцінки розвитку креативної економіки.

Висунуто припущення, що відповідно до творчого кола Дж. Хоукінса вдала креативна ідея (чи продукт), розроблена або удосконалена за допомогою технологічно-цифровізаційних засобів, маючи підтримку бізнесу, буде прибутковою у майбутньому.

Ключові слова: креативна економіка, культура, творчість, талант, толерантність, креативна ідея, креативний процес.

Анотація. Исследование креативной экономики невозможно без основательного анализа уже имеющихся подходов к ее изучению. В статье на основе анализа подходов к изучению креативной экономики через призму самых популярных тезисов и идей ведущих ученых в этой сфере – Руйссенаарса Дж., Сучиу М.-К., Хоукінса Дж., Флориды Р. и др. – было выяснено, что креативная экономика – это новый вид экономики, ядром которой является культура, содержащая выделенные и общепринятые на сегодня главные компоненты, которые, вместе с тем,

являются ее фундаментальными частями, – это талант, творчество и толерантность. Эти компоненты одновременно являются неотъемлемыми для каждой из индустрий, составляющих креативную экономику, а именно: культурные объекты, традиционные виды культурного самовыражения, исполнительские виды искусства, медиа, аудиовизуальное творчество, художественное творчество, издательская деятельность, дизайн, художественно-предметное искусство и инженерная практика в сфере индустриального производства, творческие услуги.

Такое сочетание материального и духовного в каждой из отмеченных индустрий усложняет процесс их изучения и анализа для исследователя. Учитывая то, что каждая из этих индустрий теперь развивается в условиях пересечения трех векторов: технологически-цифровизационного, творческого и предпринимательского, возникает необходимость в организации и проведении дополнительных мониторингов, а также в привлечении альтернативных и нестандартных методов анализа для предоставления объективной и качественной оценки развития креативной экономики.

Выдвинуто предположение, что в соответствии с творческим кругом Дж. Хоукинса удачная креативная идея (или продукт), разработанная или усовершенствованная с помощью технологически-цифровизационных средств, имея поддержку бизнеса, будет прибыльной в будущем.

Ключевые слова: *креативная экономика, культура, творчество, талант, толерантность, креативная идея, креативный процесс.*

Summary. *A research of creative economy is impossible without an in-depth review of the existing approaches to its study. By analyzing approaches to the study of creative economy through the prism of most popular theses and*

ideas of prominent researchers in this field, e. g. J. Ruijsenaars, Suci M.-C., Howkins J., Florida R. and others, it is revealed that the creative economy is a new type of the economy with the culture in its core with its clearly established and commonly accepted components which, at the same time, constitute its fundamental parts: talent, creativity and tolerance. But these components are integrated in each of the industries that are creative economy components, namely: cultural objects, traditional types of cultural self-expression, performing arts, media, audiovisual activities, artistic creation, printing and publishing, design and engineering practices in the field industrial production, creative services.

Such combination of the material and the spiritual in each of the aforesaid industries complicates their investigation and analysis for a researcher. Given that now each of these industries develops in the conditions of intersecting three vectors, technological-digital, creative and entrepreneurial, there appears a need in organizing and conducting additional monitoring, in employing alternative and unorthodox methods for analysis and providing well-grounded and sound opinions concerning creative economy development.

It is supposed in the article that in line of the creative circle of Howkins J. a successful creative idea (or product) developed or improved by use of technological-digital means and with support from business will be profitable in future.

Key words: *creative economy, cultural, creativity, talent, tolerance, creative idea, creative process.*

Постановка проблеми: вивчаючи питання креативної економіки, важливо проаналізувати підходи до дослідження інших вчених для подальшого формування та розробки методів до вивчення креативної економіки. Зважаючи на те, що безпосередньо іноземні дослідники почали

вивчати креативну економіку першими, обумовило дослідження їхніх праць та написання цієї статті.

Метою роботи є дослідження підходів до вивчення креативної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій: Дослідженням креативної економіки присвячено наукові роботи таких дослідників: Боччелла Н. (Boccella N.) [1], Руйссенаарс Дж. (J. Ruijsseenaars) [2], Сучіу М.-К. (Suciu M.-C.) [3], Те Ген Сон (Tae Kyung Sung) [4], Флорида Р. [5], Хокінс Дж. (Howkins J.) [6] та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження: Економісти-класики у своїх роботах виділяли три ключових фактори економічного розвитку, які ґрунтувалися на виробництві – землю, працю та капітал. Однак, більше двадцяти років тому ці фактори змінилися відповідно до нових, цифровізаційних, умов існування. На сьогодні одну із провідних ролей взяли на себе інноваційні розробки, удосконалення налагоджених виробничих процесів за допомогою засобів ІКТ і т.д. Зазначимо, що основним компонентом кожного цього фактору є творчість. Також більшість науковців підтверджують гіпотезу про те, що творчість разом із талантом та толерантністю є фундаментальними складовими креативної економіки.

Так, у Звіті Самміту креативних індустрій-2015 наводяться слова Руйссенаарс Дж. (J. Ruijsseenaars) – «Культурне творче підприємництво – це противаговий засіб війни. Таким чином Європейський Союз як світова організація, яка за визначенням процвітає на основі культури та толерантності і тому повинен надавати йому велику підтримку у відносинах між країнами у розвитку культури [2].

Зокрема Те Ген Сон (Tae Kyung Sung), визначає креативну економіку як політику, яка має на меті генерувати нове зростання шляхом економічних операцій, що сприяють творчості, зближенню знань та

передовим науковим технологіям, заснованим на координаційному навчанні, отже, створюючи нові ринки та нові робочі місця [3].

На думку Сучіу М.-К. (Suciu M.-C.), креативна економіка – це взаємозв'язок творчості та економіки. Безпосередньо, головною ідеєю креативної економіки є використання творчості для збагачення [4].

Флорида Р. припускає, що ключ до економічного зростання країн полягає не лише у здатності залучити креативний клас, а перетворити цю основну перевагу на креативні економічні результати у формі нових ідей, нових високотехнологічних підприємств та регіонального зростання [5].

Хокінс Дж., у рамках свого дослідження, виокремив Творче коло креативного процесу (рис. 1).

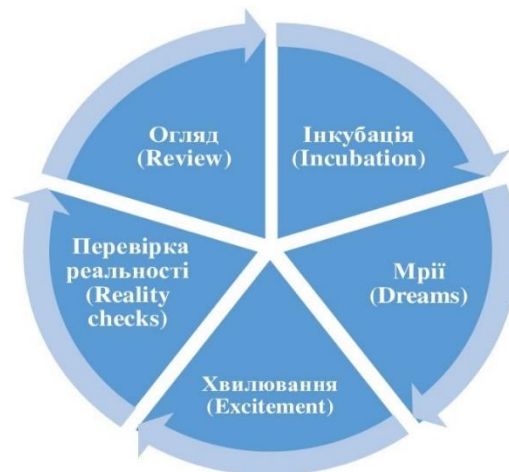


Рис. 1. Сегменти творчого кола креативного процесу

Джерело: адаптовано автором за [6]

Головною ідеєю Хокінса Дж. з рис. 1 є наочне зображення процесу формування (створення) креативного продукту чи ідеї. Таким чином, проаналізувавши (оглянувши) існуюче середовище, ідеї необхідно «пройти» інкубаційний період, тобто шлях від зародження до обґрунтування (визначення сфери поширення, необхідного фінансування та ін.), даючи можливість подальшому трансформуванню ідеї з метою удосконалення (сегмент «Мрії»), після чого відбувається перехід у сегмент «Хвилювання», стосовно того чи будуть оправдані витрачені зусилля та

кошти рентабельністю продукту (чи ідеї). Фінальним сегментом є перевірка реальності, під час якої автору потрібно ще раз проаналізувати середовище, оцінити товар (або ідею) та пов'язані ризики.

Однак, Боччелла Н. (Boccella N.) та ін. зазначають, що здебільшого розвиток і поширення креативних ідей в рамках креативних індустрій відбувається у великих містах. Цю думку можна пояснити тим, що великі міста мають розвинені системи телекомунікацій, реклами, ЗМІ, ІКТ та ін., що допомагає впровадженню нових ідей чи продуктів [1].

Зазначене, обумовлює проведення глибокого аналізу дослідження усіх секторів креативної економіки через призму визначень закордонних вчених проводячи паралель із уже наявними вітчизняними дослідженнями з метою надання правильної та точної оцінки сучасного стану та подальшого розвитку креативних індустрій.

Висновки. Отже, вивчення підходів до питань креативної економіки в світі ґрунтується, в першу чергу, на дослідженні її секторів, основних факторів (творчість, талант, толерантність), а також перспектив подальшого розвитку. **Перспективами подальших досліджень** буде дослідження та надання статистичної оцінки розвитку креативної економіки в Україні.

Література

1. Boccella N., Salerno I. Creative Economy, Cultural Industries and Local Development // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2016. Vol. 223. PP. 291-296
2. European Creative Industries Summit. ECIS Report-2015. URL: <https://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/09/ECIS-2015-Brussels.pdf>.
3. Tae Kyung Sung. The creative economy in global competition // *Technological Forecasting and Social Change*. 2015. Vol. 96. PP. 89-91.

URL:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162515000967>.

4. Suciu M.-C. The Creative Economy // Lex et Scientia. 2008. URL: https://www.researchgate.net/publication/42437328_THE_CREATIVE_ECONOMY.
5. Florida R., Mellander C. and King K. The Global Creativity Index // Martin Prosperity Institute. 2015. 68 p. URL: [http://martinprosperity.org/wp-content/uploads/2015/07/Global\\$Creativity\\$Index\\$2015.pdf](http://martinprosperity.org/wp-content/uploads/2015/07/Global$Creativity$Index$2015.pdf)
6. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas // Penguin UK. 2020. PP. 103-110. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816304505>