

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Діджіталізація, креативність, перехід до Інтернету речей стають головними факторами не лише у створенні доданої вартості, але й у формуванні конкурентоспроможності підприємства, регіону, країни.

Глобалізація та інтеграція країн у світовому економіко-соціальному середовищі призводить до формування нової економічної системи, що включає: «сукупність галузей, які витікають з індивідуальних творчих навичок та талантів, і що мають потенціал до отримання прибутку й створення робочих місць за рахунок експлуатації інтелектуальної власності» [1]. У вузькому розумінні – це комерціалізація результатів інтелектуальної діяльності. Автор цього терміну є Джон Хокінс, у 2001 році опублікував книгу «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» і вперше розгорнуто розповів походження та значення креативної економіки у світовій будові [2].

Українська креативна економіка – суспільно-творча діяльність, яка передбачає активне генерування ідей без комерціалізації їх результатів. Тобто українські новатори мають низький відсоток продуктів творчості, які створюють прибуток, нові робочі місця, дозволяють формувати частку ВВП, в більшості випадків – вони формують атмосферу, комфорт, відчуття [3].

В Україні до показників, які чітко характеризують стан креативної економіки та її внесок у ВВП належать:

- кількість працездатного населення, яке задіяне у сфері креативної економіки – 3 %;
- частка внеску ВВП становить – 4,4 %
- кількість стартапів в Україні збільшується щорічно і вони стають ефективнішими;

- Україна виділяється кількістю кваліфікованих ІТ-спеціалістів є лідером у світі за даним показником [4].

Поточний стан креативної економіки в Україні є ситуативним і непередбачуваним. Пандемія змусила адаптуватися кожна сфера економіки до умов дистанційної діяльності. Проте для креативної економіки дана ситуація не стала програшною, навпаки відбулися зміни в переосмисленні технологій та підходів до організації виробничих процесів. Достатньо мати доступ до Інтернету та вміти користуватися сучасними засобами зв'язку – і генерувати інтелектуальні продукти стає ще ліпше. Інтернет «робочих місць», «ідей» – стають традиційними елементами креативної економіки.

Інноваційна соціально-культурно-інноваційна система призведе до поштовху в створенні нових робочих місць, перерозподілу центрів основних доходів та появи якіснішої робочої сили.

Головним рушієм є людський капітал, а саме нове покоління високоінтелектуального мислення. Формування креативного класу стане фундаментальним у зміцненні позицій креативної економіки. Обов'язковим є інтеграція в міжнародний науково-культурний простір, співпраця з інституціями (Французький культурний центр, Інститут Гете, Британська Рада, Австрійське музичне товариство тощо).

Креативні продукти, унікальні товарні пропозиції, «нішовий» маркетинг створюють фактори впливу на конкурентоспроможність країни у світовому бізнес-середовищі. Україні слід бути гнучкою та систематизованою у підході до впровадження елементів креативної економіки в усі сфери суспільного життя.

Насамперед потрібно розробити інфраструктуру креативного середовища, сформувавши технологію генерування продуктів, функціонування ринків, мотивації людського капіталу та готовності українського споживача до нових рішень креативної економіки. Водночас важливим є створення дієвого правового поля, в якому кожен творець продукту гарантує якість і

має захист своєї інтелектуальної власності. І нарешті, капіталізація результатів діяльності має стати рушійним чинником у відтворенні української економіки та стабілізації фінансово-кредитної системи. Таким чином, Україна отримає можливість мати здатність конкурувати з провідними країнами, з відносно значною часткою креативної економіки в ВВП.

Література

1. Creative Industries Mapping Documents 1998. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>.
2. Howkins John. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. 2nd edition. London : Penguin UK, 2013. 288 p.
3. Torrance E.P. Torrance test of creative norms: Technical manual. New York : Personnel Press. 1966.
4. Креативна індустрія в Україні має бути глобальною. URL: <http://uainfo.org/blognews/1462386507-kreativna-industriya-v-ukrayini-mae-buti-globalnoyu.html>.