

туристичного відпочинку. Також важливим етапом у формуванні корпоративної соціальної відповідальності ведення туристичного бізнесу є співпраця приватних підприємств з органами влади, інститутами громадянського суспільства, науково-дослідними установами та закладами вищої освіти.

#### Список використаних джерел

1. Економічна енциклопедія: В 3-х т. Т.3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий цент «Академія», Тернопіль: Академія народного господарства, 2002. – Т.3. – 952 с.
2. Лешко Х. С. Корпоративна соціальна відповідальність як основа розвитку туристичного підприємства. Регіональна економіка 2021, №1. С. 100-106.
3. Тарасенко І. О. Оцінка соціальної відповідальності бізнесу в управлінні сталим розвитком підприємства / І. О. Тарасенко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5. – С. 54-60.

УДК 332.142

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

В.В.Бугас кандидат економічних наук, професор,  
В.В.Бугас кандидат економічних наук, доцент.

*Київський національний університет технологій та дизайну*

Ключові слова: креативна економіка, інтелектуальний капітал, глобалізація, інноваційний розвиток, соціальний аспект.

Для сучасного глобалізованого світового господарства характерним є формування нової креативної економіки.

Креативна економіка є одним з дійових інструментів для розв'язання глобальних проблем людства, яка має в розпорядженні достатні науково-технічні і матеріальні досягнення, напрацьовані відповідні форми. Розвиток поняття креативної економіки почав набувати своєї чинності в останні десятиліття.

Креативність і здатність до інновацій, тобто вміння впроваджувати ідеї в бізнес-контекст, служать основою креативної економіки, що розвивається в ХХІ столітті.

Підготовлена на Конференції ООН з торгівлі і розвитку «Доповідь про креативну економіку, яка була проголошена на Конференції ООН з торгівлі, заснована на цінності творчості.

Здатний викликати економічне зростання і розвиток; який

- володіє потенціалом для збільшення прибутку, створення робочих місць і отримання доходу від експорту за допомогою залучення різних

соціальних груп, використання культурного розмаїття та розвитку людського потенціалу;

- поєднання економічного, культурного і соціального аспектів з технологією, інтелектуальною власністю та виробництвом;

- сукупність заснованих на знаннях економічних заходів, спрямованих на розвиток які використовують міждисциплінарний підхід на макро- і мікрорівнях світової економіки.

В основі креативної економіки лежать креативні підприємства, які визначаються як:

- цикли розробки, виробництва і збуту товарів і послуг, які використовують креативність і інтелектуальний капітал як основні засади економічного зростання;

- сукупність заснованих на знаннях заходів, зосереджених на мистецтві, але не обмежуються ним, дохід від яких забезпечується за рахунок торгівлі або прав інтелектуальної власності;

- поєднання матеріальних продуктів і нематеріальних інтелектуальних або творчих послуг з креативним контентом, економічної цінності та певними цілями на ринку;

- динамічно розвивається новий сектор світової торгівлі.

Звісно завжди були люди здатні мислити нестандартно, творчо, по іншому, але саме на порозі нового етапу інформаційного розвитку суспільства, поняття креативність, набуло значення для самовдосконалення людини та її творчої діяльності. Це нове явище та процеси які тісно пов'язані з розвитком креативних вмінь, збільшенням кількості творчо мислячих працівників та загальним зростанням підприємств у новостворених креативних індустріях.

#### Список використаних джерел

1. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : монографія / Ірина Вахович, Олена Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с.

2. Мержвинська А. М. Дослідження суті креативної економіки та тенденцій і проблем її розвитку в сучасних умовах / А.М. Мержвинська // Проблеми системного підходу в економіці. – 2016. - Вип. 1. – С. 125-129.

3. Економіка України в глобальному і внутрішньому вимірі: монографія / за ред. В.Г. Федоренка, І.М. Грищенка, Т.Є. Воронкової – К. : ТОВ «ДКС центр», 2017. – 394 с. – с. 132.

4. Ольшанська О.В. Наукові засади визначення сутності регіону як суб'єкта господарювання та управління /О.В.Ольшанська// Актуальні проблеми економіки. - [науковий економічний журнал] – Київ: НАУ, 2011. – №12. – С. 100-108

5. Електронний ресурс <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2018/07/03/kreativnaya-ekonomika-mirovaya-realnost/>