

УДК 339.9

**В. Є. Куриляк**, доктор економічних наук,  
професор кафедри менеджменту  
Тернопільського національного економічного  
університету  
**М. А. Живко**, викладач кафедри міжнародної  
економіки Тернопільського національного  
економічного університету  
**Б. В. Літовченко**, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту ЗЕД  
Академії митної служби України

### КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА ПАРАДИГМА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ

*Аналізуються основні підходи до креативної економіки як якісно нового етапу розвитку постіндустріальної цивілізації. Відповідно до цього розглядаються питання розвитку менеджменту, адекватного креативній економіці, зміни філософії функцій менеджера в організації.*

*Анализируются основные подходы к креативной экономике как качественно новому этапу развития постиндустриальной цивилизации. В соответствии с этим рассматриваются вопросы развития менеджмента, адекватного креативной экономике, изменения философии функций менеджера в организации.*

*The basics of creative economics as new stage of postindustrial civilization are analyzed. In connection, problems of adequate to creative economics management development and changes in philosophy of manager organizational functions are demonstrated.*

**Ключові слова.** Постіндустріальна цивілізація, нова економіка, креативна економіка, глобалізація, коучинг.

**Вступ.** У світі все активніше розвивається нова концепція соціально-економічного розвитку, що висуває культурні ресурси і творчість на перший план сучасної, постіндустріальної економіки. Цей інноваційний сектор набув широкого значення на початку ХХІ ст., разом з процесами глобалізації та новою і надною економікою, і називають його творчою, або креативною, економікою (creative economy).

Структурні зміни, що відбулися в економіці постіндустріальної цивілізації, обумовлені змінами, становленням та розвитком високотехнологічної матеріальної праці, що ґрунтується на практичному перетворенні матерії всіх рівнів складності і, як наслідок, зміною структури виробництва, включаючи бурхливий розвиток сфери послуг.

**Постановка завдання.** У розвинутих країнах світу вже давно оцінили можливості креативної економіки для розвитку як світової економіки в цілому, так і окремих міст, територій, країн. Для них вона набула актуальності ще з 2000 р., коли вперше в журналі "Business Week" цей термін було введено в науковий обіг. Креативна економіка стала тим засобом, що дозволяє вивести країну із затяжної фінансової кризи, сформувані позитивний імідж держави та закріпити лідерські позиції у світі. Серед зарубіжних та вітчизняних науковців питанням розвитку креативної економіки присвятили свої дослідження Дж. Хокінс, Ч. Лендрі, Р. Флоріда, Т. Флемінг, Дж. Поттс, П. Лінднер, М. Метьюс, Дж. О'Конор, Е. Мельвіль, Е. Зеленцова, Л. Вистряков, Й. Клоудова, В. Козюк, Є. Савельєв, О. Сохацька, С. Юрій та ін.

© В. Є. Куриляк, М. А. Живко, Б. В. Літовченко, 2013

---

З огляду на це у статті проаналізовано основні теоретико-методичні засади і загальні положення креативної економіки як домінанти розвитку постіндустріальної цивілізації у XXI ст. в контексті детермінантів сучасного менеджменту.

**Результати дослідження.** Вплив креативності на соціально-економічний розвиток регіонів, на формування позитивного іміджу території одним із перших намагався з'ясувати американський економіст і соціолог Р. Флоріда. У своїй праці “Креативний клас” він стверджує, що креативність уже давно вийшла за рамки індивідуума і тепер виступає як найбільш важливий ресурс постіндустріальної цивілізації, оскільки дає змогу поєднати бізнес, культуру та інновації, тому саме креативність, як зовсім новий невичерпний ресурс, що поєднує в собі також інформацію та знання, відіграє ключову роль у сучасному процесі соціально-економічного розвитку [1, 23].

Ядром креативної економіки виступає так званий креативний клас, до якого зараховують представників креативних професій. Креативністю Р. Флоріда називає створення нових практичних форм на базі знань, а основою розвитку креативної економіки – принцип “трьох Т” економічного розвитку: “технології, таланту і толерантності”. Кожен із цих показників і сам по собі характеризує певний рівень розвитку, але головною умовою розвитку креативної економіки є те, що лише наявність усіх трьох елементів може приваблювати креативний клас і стимулювати економічний розвиток.

Не менш відома теорія креативної економіки Дж. Хокінса. Для нього “креативність не нове поняття, так само як і економіка, але новий характер і ступінь взаємозв'язку між ними, в результаті якого створюються надзвичайні цінності й багатство”. За допомогою креативності формується інтелектуальна власність, виражена у формі авторських прав, патентів, торгових знаків і дизайну [2, 65].

Разом з тим теорія креативної економіки П. Лінднера свідчить про те, що культура досить вигідна для ведення бізнесу, оскільки створює атмосферу, необхідну для креативності, та виступає маркетинговими цілями регіону. Проблемою в цьому контексті є труднощі в обчисленні такого впливу на економіку. Тому потрібна розробка відповідних індикаторів [3, 90].

Дослідженню феномена креативної економіки, розвитку сучасних міст, пошуку для них інноваційних рішень та перспектив на майбутнє присвячена також праця засновника фірми “Co-media” та експерта Світового банку британця Ч. Лендрі “Креативне місто”. Він розглядає креативність як визначальний фактор формування сучасної постіндустріальної цивілізації та необхідний атрибут успішного розвитку нової та наднової економік. Основна його концепція полягає в тому, що, відтіснивши традиційні фактори економічного розвитку регіональних економічних систем: добре налагоджену інфраструктуру, місце розташування, природні ресурси, на перший план виходять людські здібності, талант, мотивації та ставлення до культури. Культура від пасивної, охоронної позиції перейшла до кооперації, співпраці та партнерства з іншими сферами, які не належать до культурної. Якщо раніше культуру розглядали як витратну сферу, то нині вона стала ресурсом розвитку регіонів [3, 15–19].

Характеристику креативних і культурних галузей, їх вплив на розвиток національної економіки можна прослідкувати також у працях відомого економіста Дж. Поттса. Зокрема, у книзі “Креативні індустрії та економічний розвиток” автор виділяє мистецтво, культурні та креативні індустрії як важливий елемент будь-якої економічної системи, оскільки як частина інноваційної економіки вони виступають механізмом економічного розвитку. Автор акцентує увагу на тому, що креативні індустрії функціонують на рівні науки і техніки. Однак, якщо останні забезпечують створення нових матеріальних форм та економічних можливостей, то креативні індустрії пов'язані з новим способом буття, мислення, взаємодії людини та суспільства. Основну увагу автор приділяє людському капіталу та його розвитку, творчим навичкам і здібностям, які дозволяють людям постійно змінюватися та пристосовуватися до мінливості економічних, соціальних, технологічних та екологічних умов, а нове розуміння культури й мистецтва може сприяти інноваційному прогресу та загальному людському розвитку [4].

Австралійський економіст М. Меттьюс під час дослідження взаємозв'язку науки, технологій та інновацій дійшов висновку, що сучасні моделі розвитку суспільства повинні враховувати елемент креативності та інноваційні процеси. Теорія креативності М. Меттьюса зводиться до визначення культури як центрального фактора в креативних індустріях, науці та інноваційній політиці [5, 52–55].

Взаємодія культури, творчості, економіки та інноваційних технологій для створення інтелектуальної власності є перспективним джерелом доходу і нових робочих місць, а також сприяє соціальній взаємодії, міжкультурному діалогу, професійному та особистісному розвитку людей. Креативна економіка поєднує економічні, культурні та соціальні процеси, що ґрунтуються на нових технологіях та інтелектуальній власності, це сприяє створенню творчого середовища й культурному взаємообміну між цивілізаціями, а також сучасному економічному зростанню та соціально-економічному розвитку, що забезпечує розвиток людського потенціалу на основі знань та інноваційної діяльності, посилює міжнародну інтеграцію.

Розглядаючи розвиток креативної економіки як нового напрямку розвитку постіндустріальної цивілізації, охарактеризуємо її основні моделі (табл. 1).

Таблиця 1

**Моделі класифікації творчих індустрій креативної економіки**

Британська модель	Символічна модель	Модель “кіл”	Модель охорони авторських прав згідно з класифікацією СОІВ
Реклама Архітектура Мистецтво та антикваріат Ремесло Дизайн Мода Кіно та відео Музика Виконавські мистецтва Живопис Програмне забезпечення ТБ і радіо Відео- та комп'ютерні ігри	<b>Ядро</b> Реклама Кіно Інтернет Музика Видавнича справа ТБ і радіо <b>Периферія</b> Креативне мистецтво <b>Суміжні індустрії</b> Побутова електроніка Мода Програмне забезпечення Спорт	<b>Ядро</b> Література Музика Виконавські мистецтва Образотворче мистецтво <b>Інші частини ядра</b> Кіно Музеї та бібліотеки <b>Культурні індустрії в широкому розумінні</b> Культурна спадщина Видавнича справа Звукозапис ТБ і радіо Відео- та комп'ютерні ігри <b>Суміжні індустрії</b> Реклама Архітектура Дизайн Мода	<b>Галузі, що базуються на авторському праві</b> Реклама Колекціонування Кіно та відео Музика Виконавські мистецтва Видавнича справа Програмне забезпечення ТБ і радіо Образотворче та графічне мистецтво <b>Суміжні галузі</b> Копіювальні матеріали Побутова електроніка Музичні інструменти Папір Копіювальне та фотообладнання <b>Індустрія, що частково охороняється авторським правом</b> Архітектура Одяг, взуття Дизайн і мода Побутові товари, іграшки

*Примітка.* Сформовано авторами на основі [6–9].

Важливо зазначити, що діяльність традиційних культурних інститутів (музеїв та організацій культури) було зараховано до власне діяльності у сфері креативних індустрій умовно, з деякими застереженнями, оскільки організації культури і музеї не є повною мірою комерційними підприємствами. На думку багатьох експертів, діяльність музеїв та їх колекцій – це лише певний ресурс для розвитку креативної економіки.

Про роль креативної економіки в соціально-економічному розвитку постіндустріальної цивілізації говорять уже давно і досить багато. Останнім часом, особливо після кризи 2008 р. і в контексті пошуку альтернатив сировинної економіки, про творчі індустрії та розвиток нової, креативної економіки заговорили і в Україні. Питання залучення інвестицій нині одне з найбільш обговорюваних, але коли в Україні говорять про інвестиції, то насамперед мають на увазі традиційні галузі промисловості, поки що не йдеться про вкладення в культурну або творчу сферу. З метою оцінки інвестиційного потенціалу ринку творчих індустрій та розробки рекомендацій щодо їх розвитку необхідно провести значні дослідження з урахуванням передового досвіду європейських країн.

Важко не помітити динамічного зростання креативної економіки в США. Спостерігається постійне зростання впливу креативного сектора економіки на загальний економічний розвиток у Великобританії, Австралії, Новій Зеландії та Гонконзі (спеціальний адміністративний район Китаю з 1997 р.), що підтверджується результатами досліджень, присвячених картуванню культурних і творчих ресурсів креативного сектора економіки цих країн (табл. 2).

Таблиця 2

**Обсяг товарів та послуг креативних індустрій у світовій торгівлі (млн дол. США)**

Рік	Спащина	Візуальне мистецтво	Виконавче мистецтво	Мас-медіа та книжковий бізнес	Аудіо- та суміжні послуги	Дизайн	Реклама	Архітектура	Дослідження та розробки
2003	25,01	15,42	9,69	28,82	14,14	114,69	26,28	18,75	21,93
2013	43,63	29,79	26,14	48,27	27,74	241,97	55,75	85,16	40,82

*Примітка.* Сформовано авторами на основі [6–9].

Якщо розглядати значення креативних галузей в економіці розвинених країн, то можна побачити, як щорічно зростають доходи, а разом з ними їхній внесок у загальний приріст валового внутрішнього продукту (ВВП). Нині на частку креативних галузей припадає 13 % глобального ВВП. Щорічне зростання економіки в країнах ОЕСД коливається від 5 до 20 %. Як видно з результатів досліджень, частка креативного сектора економіки у ВВП країн ЄС у 2003 р. дорівнювала 2,6 %, або 267,17 млрд дол. США. Для порівняння: сфера нерухомості – 2,1 %, виробництво продуктів харчування, напоїв і тютюнових виробів – 2,1, хімічна і гумова промисловість, включаючи виробництво пластмасових виробів, – 2,3 %. У 2003–2013 рр. темпи зростання четвертинного сектора економіки більш ніж на 12 % випереджали середньорічні темпи зростання економіки ЄС, і якщо розглядати сучасний стан торгівлі креативною продукцією, то можна сказати, що обсяг торгівлі креативною продукцією у 2013 р. становить 592,1 млрд дол. США, що дорівнює приросту в 14,4 % на рік.

---

Розвиток креативної економіки серйозно впливатиме на майбутнє економічне зростання розвинених країн світу. Передумовою подальшого розвитку даної сфери економіки слугує певний рівень економічних знань, і перш за все розвиток творчих здібностей людини, а також формування і розвиток креативного класу. Умови, необхідні для розвитку креативної економіки, в окремих географічних регіонах далеко не однакові. Оскільки з креативною економікою пов'язані більш високі темпи розвитку і певні економічні вигоди, постає питання: чи будуть внаслідок розвитку креативної економіки поглиблюватися відмінності між високорозвиненими економіками та економіками з нижчим рівнем розвитку.

Ще недавно говорилося про індустріальну цивілізацію, пізніше почали з'являтися такі терміни, як глобалізація та постіндустріальна цивілізація, економіка знань, інформаційна економіка, нині ж мовиться про креативну економіку, що використовує досягнення економіки знань і ґрунтується на матеріалізації нових ідей і задумів. Креативна економіка – це економіка творчого сектора, до якого належать в основному процеси у сфері послуг, проте результати цієї діяльності можна виявити практично у всіх галузях економіки. Вона спирається на високу питому вагу креативного класу, який вважається генератором ідей і нових підходів як у сфері науково-дослідної діяльності, так і в бізнесі, мистецтві, культурі або дизайні.

Для розвитку креативної економіки та її становлення в постіндустріальній цивілізації важливий споживач, для якого призначена кінцева продукція. Тут існують дві основні умови: наявність широких верств забезпеченого населення і високий рівень інтелектуального розвитку споживача. Це означає, що слід прагнути до такого суспільства, яке складається з багатих і освічених людей.

Продукція креативної економіки не є предметом першої необхідності. Споживач спочатку витрачає частину зароблених коштів на задоволення таких основних життєвих потреб, як продукти харчування, житло, одяг. Продукція таких креативних галузей, як, наприклад, кінофільми, театральні постановки, комп'ютерні ігри, музика, матиме попит серед споживачів, у яких є достатньо коштів на задоволення основних потреб. Саме на ці верстви населення спрямовується і масований удар рекламної індустрії, оскільки тут іде гостра боротьба за доходи платоспроможного населення.

Наступна неодмінна умова формування креативної економіки – рівень освіти споживачів. Важливо, щоб споживач володів розвиненим культурно-естетичним смаком, а також високим рівнем загальної споживчої культури. Розвиток креативного сектора світової економіки потребує, щоб його споживач мав здатність до естетичного сприйняття, приділяв увагу не тільки корисності та функціональності, але й естетичній стороні пропонованої продукції. Важливий інтерес споживача до культурних цінностей, кіно, театру, музики. Відомі представники культурного сектора пропагують креативну економіку.

Окрім освіти споживача, важливий рівень його споживчої культури, здатність користуватися складними в технічному плані виробами. Потрібно володіти на споживчому рівні такими інформаційними та комунікаційними технологіями, як, наприклад, вміння завантажити з Інтернету нові музичні твори, замовити товар за допомогою Інтернету, запустити комп'ютерні ігри або увімкнути DVD-рекордер.

Вимоги креативної економіки до здібностей і компетенції людських ресурсів відрізняються від пропонованих до них вимог з боку виробництва. Процес виробництва не вимагає від людей спеціальних творчих здібностей, оскільки йдеться про виробництво великих серій тієї самої продукції. Креативний сектор, навпаки, працює з оригінальними, часом до тепними ідеями, творчим потенціалом людини, його продукція далеко не серійна, часто мовиться про єдиний у своєму роді екземпляр.

Усе це формує інші вимоги до якості трудових ресурсів. Від працівників креативного сектора потрібна здатність до творчого мислення, генерації нових ідей, оригінальних рішень, освоєння нових технологій. Тому однією з основних вимог є високий рівень професійної підготовки, яка відіграє важливу роль у формуванні креативної економіки. Йдеться

---

насамперед про розвиток індивідуальних творчих здібностей людини. Системи навчання, які змушують просто зубрити матеріал, втрачають сенс.

Наступний важливий фактор, що сприяє збільшенню частки креативного сектора, – це творчий простір, його відкритість, що дозволяє творчим людям генерувати нові ідеї. Необхідно, щоб творче середовище було толерантним, здатним прийняти кожного, незалежно від його поглядів, культурних цінностей, віросповідання, підходів до вирішення проблем.

Умовою формування сприятливого середовища для розвитку даного сектора економіки слугує добре розвинена інституціональна інфраструктура. Важливою передумовою є інституційне забезпечення, на основі якого відбувається розподіл усіляких грантів, реалізація проєктів, розвиток культурних традицій, проводяться культурні заходи, здійснюється підтримка таких видів громадських утворень, як, наприклад, школи народної творчості або аматорського мистецтва. Для забезпечення успішного функціонування системи інституційної підтримки креативної економіки потрібна достатня кількість фінансових коштів і наявність некорумпованого середовища, бо це гарантує, що сучасний креативний працівник зможе знайти в ньому місце для застосування свого таланту. В іншому випадку відбувається відплив творчих працівників в інші географічні регіони.

Розвиток креативної економіки базується на новому феномені – на необмежених ресурсах економічного зростання, на здатності людини до творчості. Креативність, що виявляється в генеруванні нових ідей, які піддаються реалізації та подальшій комерціалізації, здатна розширити виробництво без залучення додаткових праці та капіталу. Дане явище сприяє зростанню доданої вартості і є головним рушієм економічного розвитку в розвинених економіках. Воно ґрунтується на необмеженості творчих ресурсів, інтелектуально-креативного капіталу. Оволодіння цими ресурсами може призвести до широкомасштабних змін, причому не тільки в економічній теорії, що ґрунтується на законі обмеженості ресурсів і факторів виробництва.

Якщо виходити з припущення, що творчий потенціал людини є необмеженим джерелом економічного зростання, то економіки, що використовують інтелектуально-креативний потенціал окремої людини, розвиватимуться, випереджаючи країни або регіони, які не орієнтуються на використання творчого капіталу.

У таких умовах потрібне дуже оперативне реагування персоналу організацій на зміни, що відбуваються навколо. Праця стає ще більш творчою, а динамічність середовища знижує можливості втручатися в дії кожного працівника. Це означає, що зростає роль його професійних навичок та вмінь. Підвищується і роль керівника – він не тільки навчається сам, а й наставляє своїх підлеглих. Так на практиці реалізується ідея коучингу (англ. coach – тренер), тобто тренінгу, згідно з якою керівник має не карати працівників, а лише доносити до їхнього розуміння цілі організації та всіляко спрямовувати кожного на самостійний пошук. Найвище поціновується справжній професіонал, що володіє великим багажем знань, у тому числі набутих за час перебування в даній організації, і реалізує її стратегію в зовнішньому середовищі, формально чи неформально.

**Висновки.** У зв'язку з прискореним темпом розвитку креативних галузей і концентрацією творчого сектора та креативного класу в креативних містах, збільшенням розриву в доходах креативних фахівців і представників інших галузей, нерівність між розвиненими економіками та рештою світу неухильно зростатиме.

Велика частина найбільш розвинених регіонів світу не відповідає умовам, необхідним для розвитку креативної економіки. Креативні галузі, на відміну від звичайних галузей промисловості, мають тенденцію зосереджуватися у великих конгломератах. Поки внесок креативного сектора в економіку невинно зростатиме, збільшуватимуться й доходи, насамперед у головних світових центрах творчої активності.

Економічно відсталим державам потрібно спрямувати свої зусилля на пошук нових інструментів розвитку економічної та регіональної політики, а також на пошуки коштів для

---

розвитку креативної економіки і в найбільш розвинутих регіонах. Їм належить створити умови для розвитку креативної економіки в інших місцях і надалі підготувати ґрунт таким чином, щоб частину доходів, отриманих у місцях зосередження креативного виробництва, використовувати на місці.

Необхідні подальші, більш глибокі дослідження для пошуку відповідей і рішень, які допомогли б розвитку окремих економік для зменшення різниці між рівнем життя в найбільш економічно розвинутих і відсталих регіонах земної кулі в майбутньому.

#### Література

1. Винель И. Теория креативного класса Р. Флориды [Электронный ресурс] / Винель И. – Режим доступа : [http://www.existenzia.ru/theory/creative\\_class](http://www.existenzia.ru/theory/creative_class).
2. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России [Электронный ресурс] / Гнедовский М. – Режим доступа : <http://www.stranaoz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii>.
3. Крылов А. Н. Креативный класс в структуре региональной экономики / А. Н. Крылов // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. – Серия 8. Экономика. – 2007. – Вып. 6. – С. 15–19.
4. Линднер П. Креативные индустрии: от теоретических моделей к реальным проектам [Электронный ресурс] / Линднер П. – Режим доступа : <http://www.hse.ru>.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди которые меняют будущее / Флорида Р. – М. : Классика XXI, 2007. – 432 с.
6. Хакимова Е. Р. Современные теории креативной экономики. Экономика креативности Марка Меттьюса / Е. Р. Хакимова // Вектор науки ТГУ. – Серия “Экономика и управление”. – 2011. – № 4. – С. 52–55.
7. Creative Industries and Economic Evolution [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.culture-21.com/2011/10/17/creative-industries-andeconomic-evolution>.
8. Gleaser E. L. The New Economics of Urban and Regional Growth / E. L. Gleaser // The Oxford Handbook of Economic Geography / ed. G. Clark, M. Feldman, Oxford : Oxford University Press, 2010. – 776 p.
9. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – L. : Penguin, 2011. – 288 p.
10. A Study on Creativity Index [Электронный ресурс] / ed. D. Hui, NG. Chun-hung, P. Mok, 2012. – Режим доступа : [http://www.cnel.gov.pt/document/creativity\\_index\\_hongkong.pdf](http://www.cnel.gov.pt/document/creativity_index_hongkong.pdf).
11. Kloudova J. Developing Creative Economy and Its Impact on Regional Economic Growth in the Czech Republic / J. Kloudova // First Research Seminar. Measuring and Understanding the Creative Economy in the Regions: Methodological Approaches and Issues. September 2008. – UK. : School of Geography, University of Southampton.
12. Kloudova J. Current Problems in Economics and Business Activity in the Context of the European Union / J. Kloudova // International Scientific Conference. – Bratislava : Bratislava School of Law, Faculty of Economy and Business, 2009.
13. Lucas R. E. On the Mechanics of Economic Development [Электронный ресурс] / R. E. Lucas // Journal of Monetary Economics. – 2008. – Vol. 22. – P. 3–42. – Режим доступа : <http://www.qed.econ.queensu.ca/pub/faculty/lloydellis/econ815/papers/lucas88.pdf>
14. Mankiw G. N. A Contribution to the Empirics of Economic Growth [Электронный ресурс] / Mankiw G. N., Romer D., Weil D. // Quarterly Journal of Economics. – 1992. – Vol. 107. – № 2. – Режим доступа : <http://www.nber.org/papers/w3541.pdf>.
15. OECD Factbook (2012): Economic, Environmental and Social Statistics. Income Inequality [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lysander.sourceoecd.org/vl=19238774/cl=18/nw=1/rpsv/factbook>.