

УДК 330.117:379.8

Проскуріна М.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри шоу-бізнесу

Київського національного університету культури та мистецтв

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**THE CREATIVE INDUSTRIES – ARE THE SPHERE OF BUSINESS ACTIVITIES****АНОТАЦІЯ**

Стаття присвячена розгляду сектора культури та мистецтва як середовища підприємницької діяльності. Досліджено поняття креативних індустрій та їх співвідношення з культурними. Визначено роль держави у розвитку економіки креативних індустрій.

Ключові слова: креативні індустрії, економіка культури, індустрія розваг, постіндустріальне суспільство, креативний клас.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу сектора культуры и искусств как сферы экономической деятельности. Рассмотрено понятие креативных индустрий и их взаимосвязь с индустриями культуры. Определена роль государства в развитии креативных индустрий.

Ключевые слова: креативные индустрии, экономика культуры, постиндустриальное общество, креативный класс, индустрия развлечений.

ANNOTATION

This thesis deals with analysis of arts and culture, as the business sector. The concept of creative industries and their correlation with industries of culture was reviewed. The role of government is determined in the field of the creative industries.

Keywords: creative industries, economy of culture, post-industrial society, creative class, entertainment.

Постановка проблеми. Починаючи з другої половини ХХ ст. у розвинутих країнах світу розпочався перехід від індустріального до постіндустріального типу економіки. Однією із ознак подібної трансформації стало переміщення більшості індустріальних підприємств із країн Західної Європи до країн з більш дешевою робочою силою, оптимальними кліматичними та економічними умовами. Серед наслідків подібних змін можна назвати такі:

1. Зміна структури робочої сили та зайнятості, що проявилася у переорієнтації на сферу послуг.

2. Зміна структури витрат та специфіки споживання. Сьогодні собівартість продукції становить 20% ціни, тоді як 80% – це витрати на маркетинг. Сучасна економічна система характеризується як «економіка клубів», а споживання певних товарів перетворюється на елемент масової комунікації та спосіб мінімізації транзакційних витрат.

3. Цілі промислові райони зникають, відбувається масове переміщення населення. Водночас у раніше розвинутих промислових регіонах зростає безробіття.

Одним із інструментів подолання соціально-економічних викривлень, що були спричинені зазначеними тенденціями, став розвиток кре-

тивної економіки, в основі якої було покладено креативні індустрії. Основними її елементами стають інформація, креативний клас, авторські розробки та інтелектуальне право власності.

У зв'язку зі зміною способів виробництва та споживання відбулися структурні зміни в пропорціях вільного та робочого часу населення. Нині ми спостерігаємо цікаві тенденції зростання вільного часу працівників. Змінюється характер роботи та зайнятості – надається перевага проектній роботі порівняно із постійною зайнятістю. Поширення різних хабів, креативних просторів, фрілансingu тощо – усе це далеко не повний перелік тих змін, що відбуваються нині в суспільстві.

Питання визначення сутності креативних індустрій нині, у контексті підписання Україною угоди про долучення до програми «Креативна Європа», стало не просто актуальним, а навіть гарячим. Тривалий час інноваційні сфери економіки залишалися без достатньої уваги, проте нині є очевидним, що існуючий екстенсивний спосіб ведення господарської діяльності вичерпав себе та в подальшому призведе до катастрофічних наслідків. Інновації мають стати пріоритетним напрямом розвитку національного господарства та економічної системи, заснованої на знаннях та інформації.

Ще донині вчені не прийшли до остаточного спільного визначення креативних індустрій, їхньої структури. Залишається не закритим питання співвідношення креативних, культурних та творчих індустрій. Проте очевидно є зацікавленість світового наукового товариства даною тематикою. Виявлення взаємозв'язків мистецтва, культури та економіки, законів їх взаємодії є перспективним напрямом економічних досліджень. Уперше поняття індустрії культури було введено у науковий обіг дослідниками Т. Адорно та М. Хогхаймером у книзі «Діалектика Просвітництва» 1947 р. Наприкінці 60-х рр. ХХ ст. посилюється взаємозв'язок між бізнесом та культурою. Такі індустрії як кіно, телебачення, музична індустрія і рекординг все більше набувають соціального та політичного значення. Термін «культурні індустрії» починає вживатися у множині. 90-ті рр. ХХ ст.–2000-ні рр. позначаються стрімким прискоренням комп'ютеризації, поширенням цифрової культури та Інтернету. Усе це призводить до розгляду культурних індустрій як

ядра креативної економіки. Отже, ХХ ст. було пов'язано з процесом коммодифікації культури та мистецтва.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження сектора креативних індустрій як середовища економічної діяльності ще не досить широко представлені в сучасній вітчизняній економічній літературі. Серед провідних вітчизняних дослідників варто назвати І.В. Петрову, О.С. Олійника, О.А. Гриценко, В.В. Солодовника. Однак проведені дослідження носять, скоріше, культурологічний характер, ніж економічний. С.В. Киричук, О.М. Чуль у своїх роботах висвітлюють роль креативного сектора в економічній системі країни. Теоретичні основи креативної економіки висвітлюють у своїх роботах І. Радіонова, О.М. Мельник та ін. Досліджено аспекти розвитку креативної економіки та мікро- та макrorівнях в роботах А. Осаула та В. Чалої. Разом з тим світовий досвід свідчить про те, що культура розглядається та досліджується як вид економічної діяльності. Тема економічного значення креативних індустрій є досить актуальною для України, проте системного аналізу концертно-гастрольного та фестивального бізнесу, музичної індустрії, телебачення та кіно як виду економічної діяльності у сфері національної культури на сьогодні ще не проведено. Причина полягає в тому, що більша частина бізнесу в культурних індустріях перебуває у тіні.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Основна складність при дослідженні креативних та культурних індустрій полягає у самому визначенні їхньої сутності. Річ у тому, що нині єдиної системи та критеріїв для ідентифікації певного виду діяльності як такого, що належить саме до креативного, а не до культурного чи виробничого сектора, не вироблено. Подібна неясність призводить до неможливості уніфікації статичних показників по різних країнам і, відповідно, визначення взаємозалежних тенденцій.

Отже, основною метою роботи є визначення поняття креативних індустрій, як середовища підприємницької діяльності та об'єкта державного економічного регулювання, а також аналізу потенціалу креативних індустрій в Україні.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи суспільні процеси, ми спираємося на критерії прогресу, що дозволяють нам визначити рівень розвитку окремої країни чи регіону. Перелік таких критеріїв, у переважній більшості, зводиться до переліку обсягів накопичених знань, рівня розвитку продуктивних сил та накопиченого матеріального багатства. Проте очевидним є недостатність такого підходу для аналізу суспільства третього тисячоліття. Суто матеріалістичний підхід до системи господарювання та нехтування її взаємозв'язком з іншими підсистемами суспільного життя призвів до загострення міжкультурного протистояння та

екологічних проблем. Суперечність між накопиченими обсягами інформації, знань, матеріальних благ і інструментів та рівнем моралі і культурного розвитку різних країн стає дедалі відчутнішою. Очевидною є доцільність застосування системного підходу до дослідження соціально-економічних систем та державного регулювання національного господарства. Суспільство є складним та системним утворенням, до якого входять політична, економічна, соціальна і духовно-культурна підсистеми [2, с. 20]. Соціально-економічна система розглядається як відкрита, динамічна і здатна до саморозвитку.

На початку третього тисячоліття креативна економіка перетворюється на стратегічний інструмент сучасного суспільства для забезпечення можливості сталого розвитку, а креативні індустрії стають невід'ємною частиною економічних систем розвинутих країн. У цьому секторі поєднуються культура, мистецтво, бізнес та сучасні технології. Останні є однією із важливих передумов та формують базис для креативного сектора. Іншими словами, креативні індустрії охоплюють повний цикл – від появи ідеї і реалізації задуму, до виробництва, розподілу та перерозподілу товарів, та послуг, заснованих на інтелектуальному капіталі. Вони охоплюють такі сектори економіки: традиційне виробництво, високі технології та сферу послуг, які тісно взаємодіють між собою. Національна культура та фольклор, фестивальна діяльність, технологічні субсектори (кіноіндустрія, телебачення та радіомовлення, музична індустрія, цифрова анімація та відеоігри), а також сфери, зорієнтовані на надання послуг (архітектура, дизайн та рекламні послуги), – усі ці види людської діяльності спираються на використання креативного потенціалу людини та можуть генерувати прибуток як через торгівлю товарами та послугами, так і через використання інтелектуальних прав власності. Креативні індустрії як специфічна сфера діяльності залучена до створення та розповсюдження продуктів, що впливають на наше розуміння світу в цілому [3, с. 16]. Саме ці індустрії продукують такі блага, без яких не може існувати сучасне суспільство. Спираючись на концепцію англійського дослідника Д. Хезмондалша, будемо виходити з того, що основним продуктом культурних індустрій є тексти в різному їх вигляді – починаючи від текстів як набору слів і закінчуючи образним та символічним їхнім зображенням. Таким чином, креативні індустрії продукують засоби та інструменти масової комунікації. Відповідно до концепції російського вченого-економіста А. Долгіна другою невидимою «рукою» сучасного ринку стають масові комунікації, які саме і визначають способи виробництва та споживання культурних благ. Ми можемо говорити про культурні або креативні індустрії за умови можливості тиражування та часткового відтворення на носіях витворів мистецтва, створення за допомогою різноманітних технологій та тех-

ніки масових та видовищних заходів. Цілісна концепція креативної економіки ґрунтується на взаємодії культури, економіки та технологій у сучасному глобалізованому світі через символи, тексти, звуки та зображення.

Поняття культурних індустрій на сьогодні є відносно зрозумілим. Проте питання креативних індустрій залишається невизначеним. Якщо брати за основу розуміння культури, то можна сказати, що до культурних індустрій ми будемо відносити: кіноіндустрію, музичну індустрію та рекординг, відео- та комп'ютерні ігри, рекламу та маркетинг а також мовлення (радіо, телебачення, супутникові, кабельні та цифрові їхні форми). Питання полягає в тому, які види діяльності ми будемо відносити до креативного сектора. Це має не лише теоретико-методологічне значення, проте практичне також, оскільки буде впливати на статистичні показники країни, регламентуватися дією національного та міжнародного права, впливати на інвестиційну привабливість регіону. Досить дотичними до культурних індустрій нині є:

1. Індустрії моди та краси, що поєднують у собі виробництво товарів масового споживання та творчий продукт. Говорячи про фешн-індустрію в Україні, варто зазначити, що на законодавчому рівні вона не регламентована. Це означає, що підприємницька та трудова діяльність у модній індустрії не може бути повністю легалізована та підпадати, зокрема, під трудове законодавство. Так, зокрема, серед переліку спеціальностей робота моделей не зазначена. Подібна проблема є з інноваційними видами робіт, такими як промоутер, музичний продюсер та ін.

2. Створення програмного забезпечення, що поєднує творчу роботу зі створенням не тексту як засобу комунікації, а продукту, що має функціональне призначення – розв'язання техніко-технологічних завдань.

3. Споживча електроніка та цифрові прилади. Виробництво засобів споживання культурно-мистецького та інформаційного продукту ми не можемо віднести до культурних інду-

стрій, проте без них розвиток даного сектора був би неможливий. Більше того, саме розвиток технологій, комп'ютеризація та поширення цифрової культури і зумовили становлення креативної економіки. Говорячи про Україну, ми можемо побачити, що використання цифрових та електронних приладів за останнє десятиліття зростає швидкими темпами (рис. 1).

Цікавою є динаміка забезпечення мобільними телефонами, які нині припиняють бути лише засобом зв'язку, проте перетворилися на складні комунікатори. Комп'ютеризація дозволяє людям долучатися до креативного світового середовища. Вона перетворює їх не просто на споживачів культурного продукту та відокремлених глядачів, але, створюючи інтерактивну систему зворотного зв'язку, на повноправних учасників творчого процесу – творців культурного продукту. Негативною стороною такого перетворення є інформаційний шум, наповненість інформаційного контенту неякісним культурним продуктом, недостовірною інформацією, що у свою чергу зумовлює зростання витрат часу на пошук та обробку необхідного. Очевидним є те, що населення України швидкими темпами інтегрується у світове культурне співтовариство. Завданням держави у такому разі має бути захист власного інформаційно-культурного простору та проведення протекціоністської політики стосовно вітчизняних культурних індустрій.

4. Спорт як масове та видовищне дійство дуже подібне до заходів культури. Це форма розваги в реальному часі. Різниця в тому, що природа спорту лежить у площині розваг, а продуктом не є текст як набір символів. Зважаючи на це, на нашу думку, доцільно говорити про окрему сферу розваг, яка дозволить більш чітко ідентифікувати спорт, ігри та видовища як вид людської діяльності та виокремити їх у певну індустрію, яка характеризується продуктом та способом його виробництва, розподілу та споживання.

Ці дві групи індустрій становлять основу креативного потенціалу будь-якої держави. Проте не всі країни можуть перетворити свій креативний потенціал на потужний економічний ресурс. Важливими передумовами є рівень розвитку освіти, культури, економіки, а також техніки і технологій. Переважна більшість людей у світі продовжує жити в умовах виробництва та споживання стандартизованої масової продукції. Епоха виробництва товарів і послуг, що впливають на формування індивідуалізованих та різноманітних стилів життя, епоха вільної реалізації професійних здібностей людини розпочалася лише в деяких країнах – країнах постіндустріального типу, які й будуть домінувати на цьому ринку.

Креативні індустрії – це один із найдинамічніших секторів світової торгівлі. Становлення креативної економіки розпочалося після економічної кризи 80-х рр. XX ст., а значний

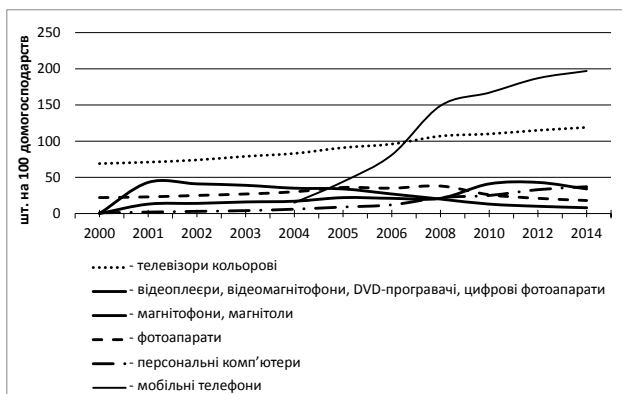


Рис. 1. Наявність у домогосподарств

окремих товарів довгострокового використання

Джерело: за даними Держкомстату України

сплеск припав на 1995–2005 рр. – період прискорення комп'ютеризації та поширення Інтернету. У 2000–2005 рр. спостерігалось безпрецедентне зростання обсягів торгівлі креативними товарами та послугами в середньому на 8,7% на рік. Світовий експорт у 2005 р. становив 424,4 млрд дол. США на противагу 227,5 у 1996 р. – отже експорт товарів та послуг креативного сектора в світовому масштабі за цей період зростає приблизно 8,8% на рік [1, с. 6]. У 2011 р. обсяги світової торгівлі товарами та послугами креативних індустрій сягнули рекордної величини – 624 млрд дол. США. Світова економічна криза 2008 р. відчутно вплинула на традиційні індустрії. Проте обсяг експорту креативних індустрій для країн Європейського Союзу становив 14% та демонструє стійку динаміку до зростання. Цей сектор забезпечує 6 мільйонів робочих місць та 3% ВВП ЄС, що становить приблизно 500 млрд євро. Очевидним є те, що креативні індустрії є більш стійкими до економічних коливань та мають потенціал для їх подолання.

Така динаміка даного сектора зумовлена органічною єдністю творчості у сфері культури, економічної креативності, наукової креативності та техніко-технологічної креативності (рис. 2) [1, с. 32].



Рис. 2. Взаємозв'язок креативності у сферах людської діяльності

Нині в Україні зацікавленість креативними індустріями стрімко зростає. Це зумовлено посиленням євроінтеграційних процесів та долученням держави до програми «Креативна Європа». Проте не лише суто політичні фактори обумовлюють подібний інтерес. У структурі витрат українського населення витрати на культуру та розваги в середньому становлять від 1,9 до 2,5% усіх витрат. Очевидним є те, що товари культурних та креативних індустрій є еластичними, проте не стійкими та мають потенціал до зростання. Креативна економіка має значний потенціал для створення нових

робочих місць та генерування прибутку, одночасно формуючи культурне різноманіття, впливаючи на людський розвиток та призводячи до соціальних зрушень. Міжнародний досвід свідчить про те, що розвиток креативного сектора сприяє зростанню інвестиційної привабливості регіону, кваліфікації працівників, мотивації до інноваційної діяльності та творчості серед населення, підвищенню конкурентоспроможності окремих міст, регіонів та країн у цілому. Креативна економіка породжує нові форми кооперації підприємств різних сфер господарської діяльності, значно розширюючи можливості традиційного виробництва.

Висновки. Креативна економіка змінить традиційні моделі економічного зростання, джерела отримання доданої вартості, розуміння факторів розміщення бізнесу. Вона висуває нові вимоги до робочої сили, виробничої інфраструктури та інституційного оточення порівняно з індустріальною економікою. Цей сектор перетворюється на важливий стратегічний інструмент ревіталізації та трансформації регіонів.

Нині Україна, як ніколи, потребує якісних структурних змін та цілісної стратегічної програми господарсько-економічних перетворень. Очевидною є доцільність господарської трансформації територій для активізації роботи креативного класу. Створення умов для економічної діяльності у сфері культури, формування розуміння того, що креативні індустрії є вагомим частинкою господарсько-економічної діяльності суспільства та повноцінною сферою підприємницької діяльності, – це першочергові завдання, які мають бути вирішені на державному рівні. Основою підприємницької діяльності в креативному секторі є підприємства малого та середнього бізнесу. Розвиток та підтримка підприємницької ініціативи в креативному секторі є ефективним та іміджевим інструментом залучення інвестицій до країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards in formed policy-making (UNCTAD/DITC/2008/2).
2. Степаненко С.В. Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології) : монографія. – К. : КНЕУ, 2008. – 213 с.
3. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарева, под ред. А. Михалева ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.