

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ В МЕЖАХ КРИЗОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

©2020 ГУДИМА Л. О.

УДК 330.3
JEL: F60; F62; Z10

Гудима Л. О. Креативна економіка: світовий досвід та виклики для України в межах кризових перетворень

Сьогодні існує потреба у формуванні нових теоретико-методологічних і практичних методів та підходів до активізації й ефективного використання креативного людського потенціалу, що є важливим чинником стабілізації та сталого розвитку сучасної економіки. З'ясовано, що креативний та інтелектуальний людський потенціал є основною рушійною силою формування нової економіки та визначальним чинником конкурентоспроможності на глобальному рівні. У статті креативну економіку визначено як концепцію постіндустріальної економіки, що заснована на формуванні системи соціально-економічних відносин щодо виробництва, розподілу та споживання благ, які використовують як фактори виробництва креативний потенціал, інтелектуальні ресурси, а також талант до генерування нових ідей, завдяки чому створюється інноваційний продукт або послуга. Також доведено ймовірність виходу креативної економіки України на вищий ступінь розвитку за умови об'єднання зусиль держави, підприємств і суспільства, про що говорять високі позиції України у глобальних рейтингах креативності та інноваційності. Проаналізовано креативний потенціал кожного із п'яти континентів світу та побудовано рейтинг креативних індустрій за рівнем дохідності. Визначено креативні індустрії, які займають найбільшу частку з прибутковості (телебачення, образотворче мистецтво, газети і журнали), а також лідерів серед регіонів для більшості креативних індустрій – США та Азію. Оцінено дохідність креативних індустрій в різних регіонах світу, за отриманими результатами зроблено висновок про переважання частки креативних індустрій в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (33%). Підкреслено важливість підтримки креативного бізнесу в період кризи, викликаній пандемією COVID-19. На основі аналізу проведеного опитування власників креативного бізнесу наведено рекомендації для уряду щодо надання можливості креативним індустріям компенсувати власні збитки та забезпечення сприятливих умов для відновлення їхньої роботи.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, креативний потенціал, глобальний рейтинг, дохідність, креативний бізнес, економічна криза.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-100-106>

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 13.

Гудима Лілія Олегівна – магістр, кафедра міжнародних відносин, Київський національний університет культури і мистецтв (вул. Євгена Коновальця, 36, Київ, 01601, Україна)

E-mail: liliyagudyma@ukr.net

УДК 330.3
JEL: F60; F62; Z10

Гудыма Л. О. Креативная экономика: мировой опыт и вызовы для Украины в пределах кризисных преобразований

Сегодня существует потребность в формировании новых теоретико-методологических и практических методов и подходов к активизации и эффективному использованию креативного человеческого потенциала, что является важным фактором стабилизации и устойчивого развития современной экономики. Выяснено, что креативный и интеллектуальный человеческий потенциал является основной движущей силой формирования новой экономики и определяющим фактором конкурентоспособности на глобальном уровне. В статье креативная экономика определена как концепция постиндустриальной экономики, которая основывается на формировании системы социально-экономических отношений относительно производства, распределения и потребления благ, которые используют в качестве факторов производства креативный потенциал, интеллектуальные ресурсы, а также талант к генерированию новых идей, благодаря чему создается инновационный продукт или услуга. Также доказана вероятность выхода креативной экономики Украины на высшую ступень развития при условии объединения усилий государства, предприятий и общества, о чем говорят высокие позиции Украины в глобальных рейтингах креативности и инновационности. Проанализирован креативный потенциал каждого из пяти континентов мира и построен рейтинг креативных индустрий по уровню доходности. Определены креативные индустрии, занимающие наибольшую долю по доходности (телевидение, изобразительное искусство, газеты и журналы), а также лидеры среди регионов для большинства креативных индустрий – США и Азия. Оценена доходность креативных индустрий в различных регионах мира, согласно полученным результатам сделан вывод о преобладании доли креативных индустрий в Азиатско-Тихоокеанском регионе (33%). Подчеркнута важность поддержки креативного бизнеса в период кризиса, вызванного пандемией COVID-19. На основании анализа проведенного опроса владельцев креативного бизнеса даны рекомендации для правительства по предоставлению возможностей креативным индустриям компенсировать собственные убытки и по обеспечению благоприятных условий для восстановления их работы.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, глобальный рейтинг, доходность, креативный бизнес, экономический кризис.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 13.

Гудыма Лилия Олегівна – магістр, кафедра міжнародних відносин, Київський національний університет культури і мистецтв (вул. Євгена Коновальця, 36, Київ, 01601, Україна)

E-mail: liliyagudyma@ukr.net

UDC 330.3
JEL: F60; F62; Z10

Gudyma L. O. Creative Economy: World Experience and Challenges for Ukraine within the Terms of Crisis Transformations

Today, there is a need for new theoretical-methodological and practical methods and approaches to activate and efficiently use creative human potential, which is an important factor in stabilizing and sustainable development of the modern economy. It is specified that creative and intellectual human potential is the main driver of formation of the new economy and a determining factor of competitiveness at the global level. In the article, the creative economy is defined as the conception of a post-industrial economy, which is based on the formation of a system of socio-economic relations regarding the production, distribution and

consumption of benefits, which use as factors the production creativity, intellectual resources, as well as a talent for generating new ideas, which creates an innovative product or service. Also proved is the probability of Ukraine's creative economy reaching the highest level of development, provided the efforts of the State, enterprises and society are combined, as evidenced by Ukraine's high position in the global rankings of creativity and innovation. The creative potential of each of the five continents of the world are analyzed and a rating of creative industries by the level of profitability is built up. Creative industries with the largest share of profitability (television, visual arts, newspapers and magazines) as well as regional leaders for most creative industries – the USA and Asia – are identified. The profitability of creative industries in different regions of the world is estimated and, according to the results obtained, the prevailing share of creative industries is observed in the Asia-Pacific region (33%). The importance of supporting creative businesses during the crisis caused by the COVID-19 pandemic is emphasized. Based on the analysis of the survey of creative business owners, recommendations are made for the government to enable creative industries to compensate for their own losses and to provide favorable conditions for the reactivation of their activities.

Keywords: creative economy, creative industries, global rating, profitability, creative business, economic crisis.

Fig.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 13.

Hudyma Liliia O. – Master, Department of International Relations, Kyiv National University of Culture and Arts (36 Yevhena Konovaltsia Str., Kyiv, 01601, Ukraine)
E-mail: liliyagudyma@ukr.net

Концепція «креативної економіки» є домінуючою глобалізаційною моделлю 21 століття, що утворилася за рахунок процесів креативізації та інтелектуалізації наукової, економічної, соціальної, культурної та інших галузей. Виникненню нової парадигми мислення сприяли деякі передумови, такі як перетворення в розвитку цивілізації минулого століття, процеси глобалізації, а також формування нової економіки [1, с. 82].

На сьогодні визначальним чинником конкурентоспроможності на світовому рівні, а також катализатором прогресу стає саме креативність, що є предметом дослідження багатьох економістів і розглядається як один із напрямків формування конкурентних переваг країни. У багатьох розвинутих країнах Європи та Заходу саме інтелектуальні ресурси та інтелектуальна власність вважаються драйверами розвитку нової економіки, тобто у стратегічних пріоритетах країни враховується роль креативності та інновацій [2, с. 68].

Використання позитивного досвіду провідних країн світу для України є необхідним для підтримки творчих ініціатив з боку як підприємств, так і держави з метою виходу на вищий рівень розвитку креативних секторів економіки. Креативні індустрії можуть стати основними гравцями у процесі відновлення економіки після кризових переворотів, отже, ідея підтримки культурних секторів України в період пандемії є актуальною та потребує детального дослідження.

Проблематикою виникнення та поширення креативних індустрій у світовому просторі займалися такі зарубіжні вчені, як С. Аріеті, Ф. Біанчіні, Х. Векерле, С. Гранд, С. Канінгхем, Ч. Лендрі, Р. Флорида, П. Хігс і Дж. Хокінс. Серед українських науковців, що досліджували розвиток творчих ініціатив і креативного потенціалу України та світу, можна виділити таких, як І. Вахович, О. Дорошенко, Д. Лук'яненко, Ю. Сиваш, О. Соснін, В. Чевганова, А. Чмут, О. Ястремська.

Метою статті є аналіз сучасних тенденцій креативних індустрій на глобальному рівні, оцінка креативного потенціалу різних регіонів світу, місця України у глобальних рейтингах, а також розгляд перспективи відновлення креативного сектора економіки України внаслідок кризових трансформацій.

Креативну економіку слід визначити як систему соціально-економічних відносин, що виникає відносно виробництва, обміну, розподілу та споживання, формується на неординарних ідеях, стратегіях і концепціях, які покликані вирішувати питання, спираючись на новітні знання з використанням принципово нових рішень [3, с. 124].

Креативна економіка має ряд особливостей порівняно з установленими економічними засадами та передбачає використання знань як основний інструмент, а також інформацію як головний ресурс та, відповідно, продукт – як інновацію. Доктрина креативної економіки базується на поєднанні таких понять, як «економіка знань», «інформаційна економіка» та «інноваційна економіка». Провідним ресурсом креативної економіки є талант, який створює нові модифіковані концепти і трансформує їх у економічний потенціал і продукцію. Таким чином, факторами ефективного розвитку креативної економіки можемо вважати такі: людський капітал, інновації, внутрішній попит, рівень інвестування, творчий внесок суб'єктів ринку, а окрім того, технологічні, інституційні та організаційні реконструкції та вдосконалення [4, с. 79].

Структура креативної економіки має суттєві відмінності порівняно з економікою індустріального суспільства, оскільки до її складу входять такі галузі, як новітні засоби масової інформації, дизайн, сценічне мистецтво, піднесення аудіовізуальних процесів, репродукування творів мистецтва, видавнича справа. Вказані сфери креативної економіки наразі розвиваються швидкими темпами та розглядаються як джерела надходження прибутку, що вносять велику частку в збільшення ринку зайнятості та забезпечують приріст експортних надходжень. Попри те, що криза світової економіки вплинула на обсяги світової торгівлі, експорт продукції креативних індустрій все ще має тенденцію до зростання. Креативна економіка має певні, властиві їй особливості, насамперед: систематичний інноваційний розвиток, інвестування в новітні технології та модернізовані розробки, в людський капітал; вагомий вклад науки у

виробництво продукції; висока конкурентоздатність, складність і міжгалузевий характер виробництва; належний рівень професійної підготовки кадрів; правове регулювання інтелектуального капіталу [5, с. 638].

Досліджуючи частку креативного сектора у ВВП країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), беруть до уваги такі креативні індустрії, як виробництво фільмів, музики, фотографії, передач для радіо та телебачення, архітектура, реклама, дизайн, мистецтво та антикваріат. Внесок креативних індустрій до ВВП країн ОЕСР складає від 2,8% у Франції до 5,8% у Великій Британії. Зокрема, аналізуючи внесок креативних індустрій в економіку Великої Британії, враховують творчу зайнятість як у промисловості, так і у креативній індустрії. До того ж визначається інтенсивність творчості у певній діяльності, наприклад у перекладацькій діяльності творчу інтенсивність задіяно на рівні 82,2%, а в бібліотечній роботі – 23,8% [6, с. 116].

У 2016 р. компанія Ernst&Young (EY) здійснила дослідження світових тенденцій креативної економіки, на основі якого було представлено креативний потенціал кожного з п'яти континентів світу та побудовано рейтинг креативних індустрій за рівнем дохідності (табл. 1).

Загалом у 2015 р. зазначені креативні індустрії сформували дохід у 2253 млрд дол., що охоплює 3% світового ВВП. За даними табл. 1 можна прослідкувати, які серед креативних індустрій займають найбільшу частку по прибутковості (телебачення – 477 млрд дол., або 21,2%; образотворче мистецтво – 391 млрд дол., або 17,4%; газети і журнали – 354 млрд дол., або

15,7%). Останні позиції серед даних креативних індустрій із найнижчою прибутковістю займають музика та радіо, що становлять 65 млрд дол. і 46 млрд дол., або 2,9% і 2% відповідно. Лідерами серед регіонів для більшості креативних індустрій є США (частка дохідності становить від 36% до 49%), а також Азія (40–53%).

Досить значущим моментом є зосередження різноманітних видів креативних індустрій у великих мегаполісах з високим рівнем культури, науки та технологій. До глобальних центрів креативної економіки відносять Мілан, Париж, Берлін, Внутрішній Лондон, а також Барселону та Нью-Йорк. Невеликі міста нечасто мають сприятливі умови для розвитку будь-якого виду креативних індустрій та рідко створюють потенціал для розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму. Зазначені креативні центри акумулюють значний обсяг фінансових ресурсів, що зміцнює економічні можливості кожного з них, зокрема професійна майстерність і креативність зумовлює встановлення високої ціни креативного продукту та, як наслідок, приваблює потенційних клієнтів. Незважаючи на це, потужний процес росту креативної економіки у великих мегаполісах спричинює відмінності в розвитку регіонів, формує елітарні центри, що змушує покидати невеликі міста креативних і талановитих осіб [8, с. 201].

За даними діаграми на рис. 1 спостерігаємо, що найбільша частка, а саме: 743 млрд дол. (33%) належить Азійсько-Тихоокеанському регіону. До трійки лідерів входять також Європа (709 млрд дол.) і Північна Америка (620 млрд дол.), що становить 31% та 28% відповідно.

Таблиця 1

Дохідність креативних індустрій на світовому рівні

| Креативна індустрія | Дохідність, млрд дол. | Частка по дохідності, % | Лідер серед регіонів за дохідністю | Частка дохідності регіону-лідера, % |
|--------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| Телебачення | 477 | 21,2 | Північна Америка | 38 |
| Образотворче мистецтво | 391 | 17,4 | Азія | 49 |
| Газети та журнали | 354 | 15,7 | Азія | 40 |
| Реклама | 285 | 12,6 | Європа | 50 |
| Архітектура | 222 | 9,9 | Азія | 53 |
| Книги | 143 | 6,3 | Європа | 37 |
| Виконавчі види мистецтва | 127 | 5,6 | США | 49 |
| Ігри | 99 | 4,4 | Азія | 47 |
| Кінематограф | 77 | 3,4 | США | 37 |
| Музика | 65 | 2,9 | США | 36 |
| Радіо | 46 | 2 | США | 45 |
| Усього | 2253 | | | |

Джерело: складено за даними [7].



Рис. 1. Частка дохідності креативних індустрій в різних регіонах світу, млрд дол.

Джерело: складено на основі [7].

У 2015 р. Martin Prosperity Institute склав рейтинг, за яким оцінюються дані щодо креативності економіки та креативного класу окремих країн, а також регіонів [9]. Окрім трьох базових показників економічного розвитку (технологій, таланту та толерантності), також було враховано рівень інвестування в наукові дослідження та розробки, кількість винахідників і патентів на душу населення, якість освіти, результати соціологічних опитувань стосовно поваги до іммігрантів, расових та етнічних меншин [10].

На основі даного дослідження перше місце за глобальним індексом креативності зайняла Австралія, до трійки лідерів також увійшли США та Нова Зеландія. До топ-10 найкреативніших країн світу були включені такі країни: Канада, Фінляндія, Данія, Швеція, Сінгапур, Ісландія та Нідерланди. Загалом зі 139 країн Україна опинилася на 45 місці, поряд із Еквадором і Польщею. Доволі високий показник Україна демонструє за індексом таланту (24 місце), що пояснюється переважанням частки громадян з вищою освітою (фактор «рівень освіти» – 11 місце) [9]. Невтішним для України є показник за індексом толерантності – лише 105 місце, перш за все, через особливості української моделі менеджменту, а точніше – переважання колективізму та велика владна дистанція, а також нав'язування певних моделей поведінки, яка є стандартною для суспільства, а це, своєю чергою, не властиво для творчого суспільства [3, с. 124].

У світовому рейтингу за кількістю стартапів Україна зайняла досить непогане 37 місце і налічує 206 успішних стартапів, що вище за Гонконг, Естонію, Данію та Південну Корею, причому переважна кількість стартапів належить до креативних індустрій. Завдяки креативності Україна також зайняла 50 сходинку в глобальному рейтингу інновацій [6, с. 118].

Сьогодні набуває масовості досить небезпечна ситуація для світової економіки, спричинена викликами пандемії коронавірусу, що, в тому числі, негативно позначається на діяльності культурних секторів. Скасовані через наслідки поширення пандемії та запровадження карантину концерти, кінопокази, вистави, публічні події та культурні заходи призводять до падіння доходів усіх культурних інституцій і продуцентів, які інвестували свій час і кошти задля розвитку та доступності культури, якісно організованих культурних проектів. З метою оцінки потенційних наслідків пандемії для світової креативної економіки Європейська мережа креативного бізнесу сформувала опитування, за результатами якого має бути розроблено рекомендації щодо підтримки креативних індустрій в умовах кризової ситуації.

За результатами опитування 225 респондентів було визначено, що 72% з них (163 відповіді) вважають наслідки COVID-19 найбільш травматичними саме для креативного бізнесу, ніж для інших сфер. Окрім того, за перші два тижні карантину спостерігалося падіння продажів для всіх креативних індустрій на рівні близько 50%, а 38% від всіх власників креативного бізнесу втратили більшу частину прибутку внаслідок оголошення карантину (близько 75%). Натомість 8% учасників опитування відповіли, що запобіжні заходи у вигляді карантину жодним чином не вплинули на їхні доходи.

Значна частина респондентів (27%) потребують спеціальних програм підтримки, адже не можуть перевести роботу в онлайн-режим. До того ж, опитаним респондентам найбільшу підтримку може надати пакет економічного стимулювання (57%) та податкові пільги (48%), що зможе підвищити попит на їхні послуги. Деякі респонденти відзначили доцільними для себе такі заходи підтримки, як часткове покриття витрат на оплату праці (29%), грантове фінансування прямої діяльності (34%) та надання грантів на діджиталізацію бізнесу (25%). Половина з усіх опитаних (54% респондентів) вказали на те, що трансформації бізнес-процесів, які відбуваються в даний момент, залишаться для них актуальними і по завершенні карантину.

Отже, для вирішення даної проблеми доцільно було б запровадити такі заходи:

- ✦ розробка комплексних державних програм з метою зниження податкового навантаження на суб'єкти господарювання у креативних індустріях;
- ✦ створення пакета економічного стимулювання та підтримки внутрішнього споживання продуктів та послуг на підприємствах креативного сегмента;
- ✦ формування антикризових програм з метою підтримки підприємств креативних сфер, що не мають можливості вести свою діяльність в онлайн-режимі;

- ✦ надання рекомендацій стосовно зменшення орендної плати за комерційну нерухомість протягом карантину, наприклад визначення стандартної методики розподілу витрат, відтермінування платежів та інше [11].

Культурні інституції України, як і незалежні виробники, уже сьогодні опинилися на межі вичерпності своїх ресурсів, що позбавляє можливості видачі заробітної плати, фінансування основних протиаварійних і реставраційних робіт, а також вирішення таких нагальних проблем, як охорона державної частини українського музейного фонду. Така ситуація несе в собі чимало загроз, і це може призвести не тільки до зупинки розвитку та замороження надбань останніх років, а й до значно серйозніших проблем, а саме: загрози інституційній системі та втрати багатьох талановитих митців і менеджерів культури. У зв'язку з поточним кризовим станом першочерговим завданням є перенаправлення видатків розвитку, передбачених на культуру, на підтримку інституцій. Необхідним є збереження робочих місць, а також забезпечення відповідного рівня безпеки інституцій, що може бути досягнуто за рахунок відмови від можливого зменшення видатків на оплату праці. Для подолання нинішнього кризового стану принципово важливо залучитися підтримкою Українського культурного фонду та Українського інституту книги, ресурси та можливості яких дозволять вирішити нагальні проблеми [12].

Креативні індустрії є чи не найвразливішим сектором економіки під час кризи, тому пріоритетним завданням є повернення сприятливих умов для ведення креативного бізнесу. Саме креативні індустрії здатні реставрувати економіку України після кризи та подолати її наслідки завдяки волатильності, гнучкості та відмови від матеріального. Збагачуючи українську культуру, креативні індустрії водночас роблять значний внесок в економіку через створення доданої вартості та робочих місць.

У культурному секторі та креативній індустрії наразі працюють близько 1 млн осіб. За підсумками опитування, відбудеться катастрофічне зниження їх доходів на рівні 50%. Фактично креативна індустрія складається з малого та середнього бізнесу, проте переважна частина креативного сектора представлена мікропідприємствами зі штатом працівників близько 10 осіб. Креативні мікропідприємства є вкрай важливими для збереження сталості креативної економіки і жодним чином не поступаються малому чи середньому бізнесу. Багато з них припинили свою діяльність та перенести заходи у зв'язку з початком карантину. Як пропозиція щодо збереження їхньої активності може стати короткострокове фінансування проектної діяльності за допомогою грантів.

За даними Державної служби статистики України, креативний бізнес становить 9,5% від загальної кількості підприємств. Сукупні видатки на культуру

в Україні становлять 0,5% ВВП. При цьому прямий внесок культури в економіку дорівнює 4% від усієї доданої вартості, що згенерована всіма підприємствами у 2019 р. До того ж, креативні індустрії показують найбільший відсоток зростання в доданій вартості. З вищевказаного можна зробити висновок про економічну значущість креативних індустрій, що здатні реставрувати економіку після кризи [13].

ВИСНОВКИ

Розвиток креативної економіки є складним і багатоплановим процесом, що потребує участі великої кількості регіонів, підприємств і професіоналів цієї індустрії. Разом із тим реалізація цієї концепції сприяє виходу на новий рівень соціально-економічного прогресу. Враховуючи позитивний іноземний досвід, можна стверджувати про можливість розвитку креативного простору в Україні за умов підтримки та зацікавленості уряду і запровадження відповідних програм, що відкриватимуть нові можливості для економічного зростання країни. За даними глобальних досліджень, частка креативних індустрій є невеликою і становить близько 3–6% ВВП, проте деякі з креативних індустрій демонструють досить відчутну частку прибутковості (телебачення, образотворче мистецтво, газети і журнали).

Порівняно зі світовими центрами креативної економіки креативність і креативний потенціал України потребують додаткової капіталізації, незважаючи на досить непогані місця України у глобальних рейтингах креативності, інноваційності та рейтингу стартапів. У зв'язку з виникненням кризових явищ, викликаних пандемією COVID-19, креативні індустрії призупинили свою діяльність, що призвело до серйозних загроз для всього креативного бізнесу. У ситуації, що склалася, необхідним є забезпечення належних умов для можливості повернення креативного бізнесу до нормалізації його діяльності. З метою підтримки креативного бізнесу доцільним є впровадження комплексу заходів, серед яких:

- ✦ часткове покриття видатків на оплату праці;
- ✦ фінансування за рахунок грантів;
- ✦ розробка програм стосовно зменшення податкових внесків;
- ✦ розробка антикризових програм для підприємств, що не можуть працювати в онлайн-режимі;
- ✦ зниження орендної плати за комерційну нерухомість на період карантину.

Отже, світовий досвід підтверджує вагому роль креативного сектора економіки, який може стати драйвером економічного зростання країни, причому високі позиції України в глобальному рейтингу креативності вказують на можливість активізації креативного потенціалу після подолання кризи. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Поснова Т. В., Химорода О. П., Тершак Н. А. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування. *Інтернаука. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 3. Т. 2. С. 81–87.
2. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 67–72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-10>
3. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? *Інфраструктура ринку. Серія «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика»*. 2017. Вип. 3. С. 123–127. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15935/1/Стаття_Сотнікова.pdf
4. Пакуліна А. А., Белоглазова К. В., Пакуліна Г. С. Розвиток креативної економіки в умовах протистояння глобальній кризі. *Приазовський економічний вісник. Серія «Економіка та управління національним господарством»*. 2019. № 3. С. 76–82. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/15.pdf
5. Мерзвинська А. М. Креативна економіка: особливості та тенденції розвитку. *Молодий вчений*. 2019. № 2. С. 637–640. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-134>
6. Чала Н. Д. Чи стануть креативні індустрії драйверами економічного зростання в Україні? *Наукові записки НаУКМА. Серія «Економічні науки»*. 2018. Т. 3. Вип. 1. С. 116–119. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739312018150648>
7. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. December, 2015. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf
8. Мазуренко В. П., Копійка Д. В. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки. *Молодий вчений*. 2018. № 8. С. 200–205.
9. Florida R., Mellander Sh., King K. The Global Creativity Index 2015. URL: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>
10. Глобальний індекс креативності: Україна стала 45-ю зі 139 країн // 5.ua: веб-сайт. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/hlobalnyi-indeks-kreatyvnosti-ukraina-stala-45iu-zi-139-krain-95726.html>
11. Результати опитування про вплив COVID-19 на креативні та культурні індустрії в Україні. Львів, 2020. URL: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Covid-19_Impact_on_Cultural_and_Creative_Industries_in_Ukraine_PPV_2020_UA.pdf
12. Звернення до уряду керівників культурних інституцій / Мистецький арсенал: веб-сайт. URL: <https://artarsenal.in.ua/uk/povidomlennya/zvernennya-do-uryadu/>
13. Комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики розглянув низку ініціатив для економічної підтримки культури та креативних індустрій // Верховна Рада України. Новини. 08.04.2020. URL: <https://rada.gov.ua/news/Novyny/191802.html>

Науковий керівник – Тимошенко О. В., доктор економічних наук, доцент кафедри індустрії моди Київського національного університету культури і мистецтв

REFERENCES

- “Cultural times. The first global map of cultural and creative industries“. December, 2015. https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf
- Chala, N. D. “Chy stanut kreatyvni industrii draiveramy ekonomichnoho zrostantia v Ukraini?” [Will Creative Industries Become Drivers of Economic Growth in Ukraine?]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, vol. 3, no. 1 (2018): 116-119. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739312018150648>
- Florida, R., Mellander, Sh., and King, K. “The Global Creativity Index 2015“. <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>
- “Hlobalnyi indeks kreatyvnosti: Ukraina stala 45-iu zi 139 krain” [Global Creativity Index: Ukraine Ranks 45th out of 139 Countries]. 5.ua: veb-sait. <https://www.5.ua/suspilstvo/hlobalnyi-indeks-kreatyvnosti-ukraina-stala-45iu-zi-139-krain-95726.html>
- “Komitet z pytan humanitarnoi ta informatsiinoi polityky rozhlianuv nyzku initsiatyv dlia ekonomichnoi pidtrymky kultury ta kreatyvnykh industrii” [The Humanitarian and Information Policy Committee Has Considered a Number of Initiatives to Support Culture and the Creative Industries Economically]. *Verkhovna Rada Ukrainy. Novyny*. 08.04.2020. <https://rada.gov.ua/news/Novyny/191802.html>
- Mazurenko, V. P., and Kopyika, D. V. “Natsionalni ta hlobalni vymiry rozvytku kreatyvnoi ekonomiky” [National and Global Measures of the Development of Creative Economy]. *Molodyi vchenyi*, no. 8 (2018): 200-205.
- Merzhvynska, A. M. “Kreatyvna ekonomika: osoblyvosti ta tendentsii rozvytku” [Creative Economy: Features and Development Trends]. *Molodyi vchenyi*, no. 2 (2019): 637-640. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-134>
- Pakulina, A. A., Bielohlazova, K. V., and Pakulina, H. S. “Rozvytok kreatyvnoi ekonomiky v umovakh protystoiannia hlobalnii kryzi” [Development of the Creative Economy in the Face of the Global Crisis]. *Pryazovskiyi ekonomichniy visnyk. Seriiia «Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom»*. 2019. http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/15.pdf
- Posnova, T. V., Khymoroda, O. P., and Tershak, N. A. “Kreatyvna ekonomika: sutnist, osoblyvosti ta peredumovy formuvannia” [Creative Economy: Nature, Features and Preconditions of Formation]. *Internauka. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, vol. 2, no. 3 (2018): 81-87.
- “Rezultaty opytuvannia pro vplyv COVID-19 na kreatyvni ta kulturni industrii v Ukraini” [The Results of a Survey on the Impact of COVID-19 on the Creative and Cultural Industries in Ukraine]. Lviv, 2020. https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Covid-19_Impact_on_Cultural_and_Creative_Industries_in_Ukraine_PPV_2020_UA.pdf
- Sotnikova, Yu. V. “Kreatyvna ekonomika v Ukraini: realnist chy perspektyva?” [Creative Economy in Ukraine: Reality or Perspective?]. *Infrastruktura rynku. Seriiia «Demohrafiia, ekonomika pratsi, sotsialna ekonomika i polityka»*. 2017. http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15935/1/Стаття_Сотнікова.pdf

“Zvernennia do uriadu kerivnykiv kulturnykh instytuttsii” [Appeal to the Government of Heads of Cultural Institutions]. *Mystetskyi arsenal: veb-sait*. <https://artarsenal.in.ua/uk/povidomlennya/zvernennya-do-uryadu/> Ushkarenko, Yu. V., Chmut, A. V., and Syniakova, K. M. “Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachen-

nia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii” [Creative Economy: The Essence of the Concept and the Significance for Ukraine Under the European Integration]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 18 (2018): 67-72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-10>

УДК 330.142
JEL: F02; O33

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ І ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

©2020 НИКОНЧУК В. М.

УДК 330.142
JEL: F02; O33

Никончук В. М. Интеллектуальный капитал и його роль у формуванні конкурентної національної економіки

Метою статті є дослідження причинно-наслідкових взаємозв'язків розвитку інтелектуального капіталу та його впливу на системні основи трансформаційних процесів у національній економіці. Розглянуто роль інтелектуального капіталу в національній економіці України. Виділено організаційну структуру управління як фактор, що впливає на ефективність функціонування системи управління інтелектуальним капіталом. Визначено диференціацію факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Проаналізовано динаміку поданих заявок і отриманих охоронних документів за результатами науково-технічних розробок, виконаних за рахунок загального та спеціального фондів. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є вивчення моделі та структури управління виробництвом, які мають володіти інноваційною, конкурентною та підприємницькою реакціями й, у силу цього, відповідати вимогам ринку.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, механізм управління інтелектуальним капіталом, фактори впливу, наукові розробки, патенти, технологічний процес.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-106-111>

Рис.: 2. Табл.: 1. Бібл.: 11.

Никончук Вікторія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. академіка Степана Дем'янчука (вул. Академіка Степана Дем'янчука, 4, Рівне, 33027, Україна)

E-mail: nykonchuk_v_m@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4425-4283>

УДК 330.142
JEL: F02; O33

Никончук В. Н. Интеллектуальный капитал и его роль в формировании конкурентной национальной экономики

Целью статьи является исследование причинно-следственных взаимосвязей развития интеллектуального капитала и его влияния на системные основы трансформационных процессов в национальной экономике. Рассмотрена роль интеллектуального капитала в национальной экономике Украины. Выделена организационная структура управления как фактор, влияющий на эффективность функционирования системы управления интеллектуальным капиталом. Определена дифференциация факторов внешней и внутренней среды. Проанализирована динамика поданных заявок и полученных охранных документов по результатам научно-технических разработок, выполненных за счет общего и специального фондов. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является изучение модели и структуры управления производством, которые должны владеть инновационной, конкурентной и предпринимательской реакциями и, в силу этого, отвечать требованиям рынка.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, механизм управления интеллектуальным капиталом, факторы влияния, научные разработки, патенты, технологический процесс.

Рис.: 2. Табл.: 1. Библ.: 11.

Никончук Виктория Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Международный экономико-гуманитарный университет им. академика Степана Демьянчука (ул. Академика Степана Демьянчука, 4, Ровно, 33027, Украина)

E-mail: nykonchuk_v_m@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4425-4283>

UDC 330.142
JEL: F02; O33

Nykonchuk V. M. Intellectual Capital and Its Role in the Formation of a Competitive National Economy

The article is aimed at studying the causal interrelationships between the development of intellectual capital and its impact on the systemic foundations of transformational processes in the national economy. The role of intellectual capital in Ukraine's national economy is considered. The organizational management structure is allocated as a factor influencing the efficiency of the intellectual capital management system. The differentiation of the factors of the external and internal environment is defined. The dynamics of submitted applications and obtained security documents based on the results of scientific-technical developments, carried out at the expense of general and special funds, are analyzed. Prospect for further research in this direction is to study the model and structure of production management, which should be in the skills of innovation, competition and entrepreneurial responses and, as a result, meet the requirements of the market.

Keywords: intellectual capital, intellectual capital management mechanism, influence factors, scientific developments, patents, technical process.

Fig.: 2. Tabl.: 1. Bibl.: 11.