

**Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». – Львів, 2017. – С. 518–521.**

<...> Актуальним питанням для національної економіки України впродовж усього періоду її незалежності залишається забезпечення підвищення рівня мотивованості суб'єктів господарювання до інноваційної діяльності в умовах обмеженості фінансування освіти, науки й прогресивних технологій. І на сьогодні стратегічним завданням є акцентування уваги на визначенні пріоритетності ідей інноваційного характеру в розвитку економіки, гідного фінансування науково-дослідної діяльності фундаментального і прикладного характеру, на збільшенні обсягів використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в освітньому процесі навчальних закладів, на збільшенні питомої ваги наукоємної продукції, на розвитку новітніх секторів економіки (наприклад, пов'язаних з розробкою біотехнологій, інформаційних технологій, нанотехнологій тощо), що загалом має бути спрямовано на поліпшення міжнародної конкурентоспроможності країни і гарантування при цьому відповідних темпів соціально-економічного розвитку та перманентного підвищення якості життя населення.

В умовах упровадження політики децентралізації пошук шляхів усунення більшості регіональних проблем має бути спрямований на визначення внутрішніх механізмів їхнього вирішення в самому регіоні, найбільш ефективним і реалістичним з яких є інноваційно-креативний. В умовах погіршення кон'юнктури на світових сировинних ринках для України стають актуальними завдання диверсифікованості економіки, пошук нових факторів економічного зростання. Таким фактором є креативність і креативні індустрії.

В Україні ж сьогодні, попри те, що цей сектор демонструє значний потенціал розвитку, особливо у великих містах, його державна підтримка має точковий, несистемний характер. Креативні індустрії і креативна економіка не згадуються як пріоритети в національних і регіональних стратегіях розвитку країни, а самі терміни не закріплені в законодавчих і правових актах країни. Наявні статистичні дані підтверджують, що імпорт креативних товарів і послуг в Україні стабільно перевищує експорт, що, з одного боку, свідчить про недостатню конкурентоспроможність галузі на світовому ринку, а з іншого, – про наявність внутрішнього попиту. На державному рівні креативний сектор економіки не отримує достатніх інвестицій з боку державної і регіональної влади. Перевага віддається більш традиційним сферам виробничої діяльності, що не дозволяє формуватися цільовим програмам підтримки креативних підприємств. У містах не розвинена матеріальна інфраструктура, необхідна для створення креативних індустрій: обмежена кількість фізичних майданчиків і платформ для мережевої взаємодії. Міська культура, культура споживання продукції креативного сектору, культура девелопмента просторів та інші культурні феномени, що слугують передумовами формування креативного середовища, ще не стали загальним простором для українських міст. У складних інституційних умовах, а також внаслідок недосконалості освітніх можливостей суб'єкт креативних індустрій (активні творчі професіонали) недостатньо розвинений, креативні професійні співтовариства роздроблені, а

міські товариства як основа формування креативного простору й соціальне середовище для формування ініціатив ще не досягли своєї «критичної маси» для суттєвого впливу на загальний стан соціально-економічного розвитку.

Загальнодержавна та регіональна політика щодо розвитку креативної економіки має ґрунтуватися на усвідомленні її міждисциплінарної природи – економічної, культурної, соціальної, технологічної та екологічної складових. Вона має бути спрямована на забезпечення узгоджених дій владних інституцій, інститутів і механізмів, спрямованих на підтримку розвитку креативних і пов'язаних з ними галузей економіки. При розробці комплексу заходів щодо підтримки індустрій креативного сектору економіки важливо враховувати їх особливості, оскільки сектор перебуває на стику економіки і культури. Недостатній рівень бізнес-освіти у творчих підприємців, альтруїстичний і проектний підходи, складнощі, пов'язані з оцінкою нематеріальних активів, захистом прав інтелектуальної власності, доступом до фінансових ресурсів і т. ін. є наслідком того, що креативні індустрії належать до категорії тих, що розвиваються, а це передбачає, що на різних стадіях їх життєвого циклу потрібні специфічні заходи державної підтримки для зростання і просування.

Для переходу до активних стадій розвитку і забезпечення стійкого зростання сектору необхідно реалізовувати комплексну програму державної підтримки, включаючи такі напрями, як розвиток професійної і бізнес-освіти для креативних підприємців, формування сприятливого комунікаційного середовища, майнова підтримка і розвиток інфраструктури, підвищення доступності фінансових ресурсів, консультаційна підтримка творчих індустрій, формування системи моніторингу і оцінки розвитку креативних індустрій, сприяння їхньому просуванню на українські і міжнародні ринки, формування попиту на унікальні і сучасні культурні продукти, розширення участі місцевих співтовариств в культурному житті міст.

Суттєвий практичний інтерес, особливо для індустріальних регіонів, становить ідея створення креативних кластерів – співтовариств творчоорієнтованих підприємців, які взаємодіють на відносно замкнутій території. Як показує практика, ідеальними місцями для створення креативних кластерів сьогодні стають покинуті заводи та інші споруди індустріальної епохи в центрі міста. Художники і дизайнери, що потребують організації творчого простору, перетворюють їх в місця сучасного мистецтва. Тому креативні кластери розглядаються як важлива складова модернізації міського господарства. При цьому стимулювання розвитку креативних кластерів не має розглядатися виключно як засіб розвитку міського середовища, але і як можливість розвитку власне креативних індустрій.

Для подолання бар'єрів розвитку креативних індустрій в Україні необхідно сприяти виявленню креативного потенціалу та реалізації започаткованих новацій на рівні малого підприємництва. При цьому індивідуальна та колективна ініціатива має бути підтримана виваженою системною політикою. Слід також враховувати, що у сфері підприємництва креативність виступає в кількох значеннях: як елемент інтелектуальної діяльності (знання, якими володіє підприємець, пошук нестандартних варіантів розв'язання поставлених завдань; можливість багатоваріантності вирішення проблеми), а також як особлива властивість малого підприємництва, що сприяє створенню

інноваційних бізнес-моделей функціонування малого підприємства. Окрім того, наявність креативності у розвитку малого бізнесу пояснює його властивість миттєво реагувати на зміни кон'юнктури ринку, сприйнятливість до інновацій, високу мобільність. Перешкодою, що ускладнює розвиток креативних індустрій, найчастіше вважається нестача досвіду й знань у підприємців, незнайомих зі специфікою роботи творчих проектів. Змінити ситуацію допомагає запуск регулярних освітніх курсів для представників бізнесу, а також розробка посібників і настанов зі створення й просування креативних ініціатив.

Становлення і розвиток креативної економіки на теренах України перспективним своїм напрямом має активізацію діяльності та сприяння підвищенню ефективності функціонування інноваційної інфраструктури, особливо її «м'якої» складової. Формування нових і посилення потенціалу наявних кластерів, технопарків, технополісів має здійснюватись за орієнтирами мінімізації витрат, досягнення продуктивності зайнятості, підвищення продуктивності праці, впровадження новітніх технологій і розвитку сучасних систем трансферу знань. Зазначене, своєю чергою, вимагає провадження професійної системи креативного менеджменту, при цьому особлива увага має приділятися системі освіти, покликаний безперервно генерувати інновації, розвивати креативність, готувати висококваліфікованих фахівців, здійснювати трансфер знань та інформації, а також розвивати інноваційну культуру в суспільстві.

Враховуючи всю складність процесу становлення креативної економіки, потрібно усвідомити такі положення, по-перше, цей процес має охоплювати як мету досягнення високих рейтингових позицій серед країн-інноваторів, так і, що особливо важливо, досягнення рівня інноваційних лідерів у наукомістких галузях і сферах діяльності; по-друге, слід враховувати, що цей процес має бути спрямований на реалізацію не лише в інноваційно-орієнтованих, а і в традиційних галузях економіки; по-третє, передумовами становлення креативної економіки в Україні є необхідність реалізації адекватних заходів відповідно до актуальних глобалізаційних тенденцій, дотримуючись принципів відкритості національної економіки і підтримуючи конкурентоспроможні інноваційні ідеї та стимулюючи креативність з боку економічних суб'єктів. Окрім того, в умовах України суперзавданням залишається реалізація механізму поглиблення співпраці держави та бізнесу у напрямі пошуку найбільш перспективних підходів до генерування та ефективного впровадження інновацій і подальшого розвитку національної інноваційної системи з посиленням акцентів на трансфері та комерціалізації інновацій, що, своєю чергою, вимагає розбудови інноваційних екосистем різного рівня.

Загалом проблема теоретичного усвідомлення поняття «креативної економіки» та «креативних індустрій», а також механізмів їх практичного втілення на рівні світової, регіональної та національних економік сьогодні все більше актуалізується, перебуває у постійній динаміці, потребує подальшого дослідження та опрацювання, що становить нові ніші та напрями наукового пошуку. Вивчення вітчизняного і зарубіжного досвіду показало, що ефективно вирішення питань формування об'єктивних передумов для становлення і розвитку нового формату економіки можливо лише на основі розробки науково обґрунтованої концепції подолання системної кризи в базових соціально-

економічних стосунках, що забезпечують ефективний розвиток як креативного класу, так і інноваційної економіки загалом.