

УДК 339.9.01(045)

КОПІЙКА Д.В.,

здобувач кафедри міжнародного бізнесу

Інституту міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СТРУКТУРНА ДИНАМІКА КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. На основі аналізу масштабу і структурної динаміки креативного сектору глобальної економіки виявлено галузеві тенденції та детермінанти; встановлено прискорені темпи розвитку креативної економіки при значній диференціації в світі, на рівні макрорегіонів, груп країн та країн з різним рівнем розвитку шляхом компаративного аналізу рівня прибутковості, вартості активів, зайнятості в креативних індустріях, питомою вагою у ВВП. Окреслено асиметрії в рівні та динаміці розвитку креативної економіки в розвинених країнах і країнах, що розвиваються, де використовують креативні індустрії як драйвер економічного зростання.

Ключові слова: економічна структура, креативна економіка, креативна індустрія, креативний продукт.

Копійка Д. В., соискатель кафедры международного бизнеса Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

СТРУКТУРНАЯ ДИНАМИКА КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. На основе анализа масштаба и структурной динамики креативного сектора глобальной экономики выявлены отраслевые тенденции и детерминанты; установлено ускоренные темпы развития креативной экономики при значительной дифференциации на мировом уровне, на уровне макрорегионов, групп стран и стран с разным уровнем развития путем сравнительного анализа уровня прибыльности, стоимости активов, занятости в креативных индустриях, удельным весом в ВВП. Определены асимметрии в уровне и динамике развития креативной экономики в развитых странах и развивающихся странах, где используют креативные индустрии как драйвер экономического роста.

Ключевые слова: экономическая структура, креативная экономика, креативная индустрия, креативный продукт.

Копііка D. V., applicant, Institute of International Relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv

STRUCTURAL DYNAMICS OF THE CREATIVE SECTOR OF GLOBAL ECONOMY

Annotation. Based on the analysis of the scale and structural dynamics of the creative sector of the global economy, industry trends and determinants have been identified; The accelerated pace of development of the creative economy with significant differentiation at the world level, at the level of macro regions, groups of countries and countries with different levels of development has been determined by comparing the analysis of the level of profitability, the value of assets, employment in creative industries, the specific weight in gross national product. Asymmetries are defined in the level and dynamics of the development of the creative economy in developed countries and developing countries, which use the creative industries as drivers of economic growth.

Key words: economic structure, creative economy, creative industry, creative product.

Актуальність проблеми. В умовах трансформації суспільно-економічних відносин під впливом інноваційності, знань, інформатизації, мережовості, діджиталізації тощо зростає роль нового сегменту глобальної економіки, яким стали творчі (креативні) види діяльності на засадах пріоритету людського капіталу, інновацій та культури. Разом з тим, з часу виокремлення «креативних індустрій» у структурі економічної діяльності в кінці ХХ-го століття до сьогоднішнього дня відбулись суттєві зміни глобального середовища, що позначилось змінами у масштабі, пропорціях та тенденціях креативного сектору. Відтак дослідження структурної динаміки креативного сектору глобальної економіки має актуальність та важливе теоретико-методологічне значення.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних засад концепції креативної економіки представлено передусім в працях Д. Хоукінса, Р. Флоріди, Ч. Лендрі, Д. Тросбі, Дж. Гілмора, С. Каннінгейма, К. Харріса, Д. Хезмондалша та інших [1-10]. Серед робіт вітчизняних науковців відзначимо роботи Л. Антошкіної, М. Бурмаки, І. Вахович, Т. Галахової, С. Киризов, В. Куриляк, Д. Лук'яненка, В. Мазуренко, Л. Свистун, В. Чевганової, О. Чуль та ін. [11-18].

Метою статті є дослідження структурної динаміки та визначення тенденцій креативного сектору глобальної економіки.

Виклад основного матеріалу. Вперше термін «креативна економіка» пролунав в 1994 році в Австралії в контексті розробки інституційно-регулятивних засад стимулювання економіки завдяки інвестицій у культуру та творчість. Британська лейбористська партія започаткувала ребрединг, так званий «новий лейборизм», в ході

якого було використано термін «креативна індустрія (галузь)» у своєму передвиборчому маніфесті у 1996 році («Новий лейборизм, нове життя для Британії» [19]). Після перемоги партії на виборах 1997, 2001 і 2005 років відбулось послідовне впровадження політик стосовно розвитку креативних індустрій, що охоплюють інші області поза традиційною культурою, термін почав широко застосовуватись на міжнародному рівні, зокрема, в документах ЮНЕСКО [20]. Таким чином, застосування терміну «креативна економіка» політиками та урядовцями передувало теоретичному обґрунтуванню науковцями. Серед вчених, які розробили теоретико-методологічні засади креативного сектору світової економіки відзначимо таких як Джеймс Гілмор, Б. Джозеф Пайн, Девід Тросбі, Річард Флоріда, Девід Хезмондалш, Джон Хоукінс, Крістін Харріс та ін. До сих пір існують суттєві відмінності щодо тлумачення термінів, що охоплюють креативний сектор. Так, у США країни в різних штатах підходи до сутності креативної економіки відрізняються, однак віддають перевагу термінам «креативна економіка» та «креативні галузі». В Ірландії, Іспанії, Італії, Німеччині, Португалії застосовується термін «культурні та креативні галузі», в Канаді - сектор мистецтв та культурних індустрій. У Великій Британії широко застосовують термін «креативні галузі» як сукупність галузей, що належать до креативної економіки. В Південній Кореї до цієї категорії віднесено сукупність галузей медійної індустрії (content industries) [18]. Дослідження структурної динаміки креативного сектору економіки передбачає виокремлення його складових у відповідності до обґрунтованої методології їх вимірювання, яка може бути застосована як теоретиками та практиками в різних країнах. Тому динаміка змін, які відбуваються у сфері культури, цифрових технологій, науки та реалізації креативних ідей передбачає появу таких теоретичних конструкцій, які передусім отримали визнання міжнародних організацій. Креативний сектор глобальної економіки розглядається нами в даному дослідженні за методикою Конференції ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), згідно з якою виокремлено: креативні товари (художні ремесла, аудіовізуальні засоби, дизайн, нові медіа, виконавські види мистецтва, видавництво, образотворче мистецтво); креативні послуги (реклама, дослідження ринку та опитування громадської думки, архітектурні, інженерні та інші технічні послуги, дослідження та розвиток, особисті, культурні та рекреаційні послуги, аудіовізуальні та супутні послуги, інші особисті, культурні та рекреаційні послуги); товари суміжних креативних галузей (креативні галузі пов'язані з експортом та імпортом товарів) (див. табл. 1).

Таблиця 1

Види креативних продуктів та продуктів суміжних галузей

Категорія	Види	
	Всі креативні продукти	Продукти суміжних галузей (креативні галузі пов'язані з експортом та імпортом товарів)
Художні ремесла	Святкування Інші художні промисли Посуд Плетені вироби Пряжа Килими	
Аудіовізуальні засоби	Фільми CD, DVD, касети	Фільми Електронне мовлення Звукове виробництво
Дизайн	Архітектура Мода Вироби зі скла Інтер'єр Ювелірні вироби Іграшки	Архітектура Мода Інтер'єр Ювелірні вироби
Нові медіа	Відео ігри	Комп'ютерне обладнання
Виконавські види мистецтва	Музичні інструменти Друковані музичні твори	Музичних інструментів Святкування
Видавництво	Книги Газети Інша друкована продукція	Інші друковані матеріали
Образотворче мистецтво	Антикваріат Живопис Фотографія Скульптура	Живопис Фотографія
Цифрове виготовлення:		3d-принтери 3d-сканери Лазерні різці Фрезерування з ЧПУ Магазинні ЧПУ Пульти керування

Джерело: складено за [21].

Завдяки глобалізації та інформаційним технологіям доступ до культури розширився креативна економіка стала більш впливовою в усьому світі (див. табл. 2).

Таблиця 2

Темп приросту креативної економіки за структурою продуктового сегменту, 2003-2015 роки, %

Період	2003-2015		2007-2011		2012-2015	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
Всі креативні товари	7,34	5,10	3,71	0,58	0,23	-0,25
Художні ремесла	4,42	2,13	2,50	-0,53	-0,27	-1,44
Аудіовізуальні засоби
Дизайн	8,58	5,48	6,96	2,64	0,42	-0,88
Нові медіа
Виконавські види мистецтва	3,26	2,51	1,55	0,50	-5,08	-3,69
Видавництво	-0,05	-0,63	-2,86	-3,42	-5,36	-7,09
Образотворче мистецтво	7,96	6,39	0,18	-2,52	9,96	17,84

Джерело: [21].

За даними аналітичного звіту за 2015 рік, найбільш прибутковими креативними галузями були телебачення, образотворчі мистецтва, газети і журнали, а найменш прибутковими – кінематограф, музика і радіо. Відзначимо, що креативна економіка дедалі більше справляє вплив на працевлаштування, зокрема відзначимо креативні галузі, які забезпечують найбільшу чисельність робочих місць це передусім образотворчі мистецтва (перше місце), музика (друге місце) і книги (третє місце). При цьому потрібно брати до уваги, що зайнятість у креативному секторі забезпечується переважно мікро-, малими та середніми підприємствами. Характерною рисою зайнятості в креативному секторі є неповна та тимчасова зайнятість. Аутсайдером за показниками прибутковості та зайнятості у 2015 р. була індустрія радіо з питомою вагою біля 2% даних. Сумарно креативний сектор забезпечив 29,5 млн робочих місць та 2253 млрд дол. (3% від світового ВВП) прибутку (табл. 3).

Таблиця 3

Світовий рейтинг креативних індустрій за прибутковістю і зайнятістю

Галузь	Прибутковість, млрд дол. США	Рейтинг за прибутковістю	Кількість зайнятих	Рейтинг за величиною занятості
Телебачення	477	1	3 527 000	5
Образотворчі мистецтва	391	2	6 732 000	1
Газети і журнали	354	3	2 865 000	6
Реклама	285	4	1 953 000	8
Архітектура	222	5	1 668 000	9
Книги	143	6	3 670 000	3
Виконавчі види мистецтва	127	7	3 538 000	4
Ігри	99	8	605 000	10
Кінематограф	77	9	2 484 000	7
Музика	65	10	3 979 000	2
Радіо	46	11	502 000	11
Разом	2253	-	29 507 000	-

Джерело: EY, 2015 [22].

За макрорегіональною структурою креативного сектору світової економіки лідером є Азіатські і Тихоокеанські країни, найвища частка креативного сектору у ВВП припадає на країни Північної Америки, що відповідає 743 мільярдам доларів США та еквівалентно 3% від регіонального ВВП, генеруючи понад 12,7 мільйона робочих місць. На другому місці за масштабом виходить Європа, яка генерує 709 мільярдів доларів і 7,7 млн робочих місць. Третім за величиною є північноамериканський, що має річний дохід у розмірі 620 мільярдів доларів і який генерує 4,3 мільйона робочих місць у секторі креативної індустрії. На четвертому місці Латинська Америка та Карибський басейн з 124 мільярдами доларів США (2,2% ВВП) та 1,9 млн робочих місць, стоять країни Африки та Близького Сходу з 58,5 мільярдами доларів США (1,1% ВВП) та 2,4 млн робочих місць, враховуючи, наскільки вона складається з відповідного регіонального ВВП (за даними табл. 4). Щодо зайнятості у креативному секторі, то найвищий показник, як ми зазначали – в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, а найменше - в Латинській Америці і Карибах (див. табл. 4).

Таблиця 4

Макрорегіональна структура розвитку креативної економіки

Регіони світу	Обсяг капіталу, млрд дол. США	Частка у ВВП, %	Зайнятих у креативній економіці, млн осіб
Азія і Тихоокеанський регіон	743	3	12,7
Європа	709	3	7,7
Північна Америка	620	3,3	4,3
Латинська Америка та Каріби	124	2,2	1,9
Африки та Близький Схід	58,5	1,1	2,4

Джерело: за даними [22].

Останній доступний звіт за авторською методологією розрахунку відповідних індексів та рейтингу країн, розрахованих для 139 країн - «Глобальний індекс креативності 2015» пропонує на основі трьох вимірів «3Т»: таланту, технологій та толерантності: 1. Технологія - інвестиції в дослідження та розробки, а також патенти на душу населення. 2. Талант - частка дорослих з вищою освітою та робочою силою в творчому класі. 3. Толерантність – показники лікування іммігрантів, расових та етнічних меншин, геїв та лесбіянок. Індекс технології був розрахований як сума показника частки інвестицій в дослідження і розробки у ВВП та рівня інновацій, що визначається як кількість патентів кожної країни. Показник таланту країни складається з частки зайнятих у креативному класі та зайнятих у вищій освіті. Окремо пропонується під-індекс креативний клас, який охоплює зайнятих в НДДКР; мистецтві, культурі, розвагах і телебаченні; бізнесі і менеджменті; освіті, охорони здоров'я та праві. Індекс толерантності вимірюється як ставлення в країні до етнічних і расових меншин та ЛГБТ спільноти. За показником креативного класу лідирують Люксембург (54%), Бермуди (48%), Сінгапур (47%). У топ-10 за рейтингом креативного класу увійшли Австралія (45%), Швеція (45%), Нідерланди (44%), Канада (44%) і Великобританія (44%), США (33%) [3]. Особливу увагу розвитку креативного сектора приділяють Нами розглянуто країни G20, як відображення більш деталізованого розвитку представників окремих регіонів світу та країн з різним рівнем розвитку у порівнянні з Україною. За даними табл. 5 видно, що Україна знаходиться на досить високому місці за індексом таланту - 24-а в світі (з 134), що вище багатьох країн з ринками, що формуються, таких як Китай, Мексика, Індія, Саудівська Аравія, Туреччина, Індонезія. Дані позиції визначаються високими показниками частки робочої сили в креативному класі (29,75% населення) - 40-е місце в світі, і працівників у вищій освіті 11- місце, що вище ніж у Росії, яка займає 15-е місце в світі (див. табл. 5).

Таблиця 5

Глобальний індекс креативності стран G20

Рейтинг	Країна	Технологія	Талант	Толерантність	Глобальний індекс креативності
1	Австралія	7	1	4	0,970
2	США	4	3	11	0,950
4	Канада	13	14	1	0,920
12	Великобританія	15	20	5	0,881
14	Німеччина	7	28	18	0,837
16	Франція	16	26	16	0,822
21	Італія	25	31	38	0,715
24	Японія	2	58	39	0,708
27	Аргентина	48	35	19	0,681
29	Бразилія	27	68	15	0,667
31	Південна Корея	1	50	70	0,660
38	Росія	22	15	123	0,579
39	ПАР	30	62	57	0,564
45	Україна	43	24	105	0,518
62	Китай	14	87	96	0,462
73	Мексика	54	94	56	0,407
83	Саудівська Аравія	50	59	122	0,362
88	Туреччина	58	53	123	0,348
99	Індія	52	92	108	0,292
115	Індонезія	67	108	115	0,202

Джерело: складено за даними Глобальний індекс креативності 2015[3].

Як видно з таблиці 5 перші місця в рейтингу займають розвинені країни з високим рівнем розвитку ринкових інститутів та громадянського суспільства (Австралія, США, Канада, Великобританія), а країни з

ринками, що формуються, не дивлячись на загальноекономічні показники та високий дохід на душу населення значно їм поступаються. Тобто можна стверджувати про наявні асиметрії в рівні та динаміці розвитку креативної економіки. Разом з тим, в країнах, що розвиваються, використовують креативні індустрії як драйвер економічного зростання (Індонезія, Китай та інші). На думку М. Хендерсон, керівника Програми креативної економіки ЮНКТАД «Креативні індустрії є потужною силою не тільки для економічного розвитку, а й для соціальних і культурних змін. Для досягнення цілей сталого розвитку нам потрібні глибокі культурні зміни в масовому масштабі. Креативні індустрії можуть допомогти нам досягти цього» [23].

Висновки. Аналіз масштабу і структурної динаміки креативного сектору глобальної економіки дає змогу виявити галузеві тенденції. Зокрема найбільш прибутковими креативними галузями стали телебачення, образотворчі мистецтва, газети і журнали, а найменш прибутковими – кінематограф, музика і радіо. Найбільшу чисельність робочих місць забезпечують образотворчі мистецтва (перше місце), музика (друге місце) і книги (третє місце). Зайнятість у креативному секторі. Характерною рисою зайнятості в креативному секторі є неповна та тимчасова зайнятість, яку забезпечується переважно мікро-, малі та середні підприємства.

Встановлено прискорені темпи розвитку креативної економіки при значній диференціації в світі, на рівні макрорегіонів, груп країн та країн з різним рівнем розвитку шляхом компаративного аналізу рівня прибутковості, вартості активів, зайнятості в креативних індустріях, питомою вагою у ВВП. Окреслено асиметрії в рівні та динаміці розвитку креативної економіки в розвинених країнах (лідери – Австралія, США, Канада, Великобританія) і країнах, що розвиваються, де використовують креативні індустрії як драйвер економічного зростання (Індонезія, Китай та інші).

Література

1. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Пер. с англ. 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/745279>
2. Florida R. Cities and the Creative Class in Asia // The Atlantic cities. – 2011. – Nov. 17. – p. 12.
3. Florida R. Mellander Ch., King K. The Global Creativity Index 2015. Toronto. The Martin Prosperity Institute. 2015. – 64 p.
4. Лэндри Ч. Креативный город / пер. с англ. 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/1493250/>
5. Howkins J. Creative Economy: how people make money from ideas Penguin Group (USA). J. Howkins Incorporated. Allen Lane. – 2001. – 263 p.
6. Higgs P.L., Stuart D. Cunningham, Bakhshi H. Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom. January 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.researchgate.net/publication/27471984>.
7. Hesmondhalgh D. The Cultural Industries. SAGE Publication Ltd, 2013. –3d edition. 480 pp.
8. Comunian R., Gilmore A., Jacobi S. Higher education and the creative economy: Creative graduates, knowledge transfer and regional impact debates //Geography Compass. – 2015. – Т. 9. – №. 7. – С. 371-383.
9. Тросби. Д. Экономика и культура. пер. с англ. И. Кушнаревоу. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.
10. Cunningham S. Hidden innovation: Policy, industry and the creative sector. – University of Queensland Press (Australia), 2013. – 252 p.
11. Антошкіна Л. І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку. 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/1783/1>.
12. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір. Луцьк : Вежа-Друк, 2014.
13. Чевганова В. Я., Свистун Л. А. Креативна економіка як основа інтегрованого розвитку міст України. – 2017. – С. 58-69.
14. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення //Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – №. 9. – С. 9-13.
15. Лук'яненко Д. Г., Бурмака М. О., Галахова Т. О. Ідентифікація креативних інвестицій в глобальній економіці. 2016. Міжнародна економічна політика.
16. Галахова Т. Вимірювання масштабів креативного сектору глобальної економіки // Ринок цінних паперів України. 2015. – №. 3-4. – С. 109-120.
17. Кирилюк С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2014. – №6(1). – С. 68-72.
18. Мазуренко В. П., Копійка Д. В. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки // Молодий вчений. 2018. №8. <http://molodyvcheny.in.ua/ru/archive/60/>
19. The Website of The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Creative economy. available at: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.
20. Website UNESCO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf.
21. WebsiteLabour Perty. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://labour.org.uk/>
22. EY (2015), Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries, EY, Paris, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf.
23. The Website of The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Creative economy. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>.