

УДК 338.242: 334

Пакуліна А.А.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки**Харківського національного університету будівництва та архітектури***Белоглазова К.В.***студентка**Харківського національного університету будівництва та архітектури***Пакуліна Г.С.***аспірантка**Харківського національного університету будівництва та архітектури***Pakulina Alevtyna***Candidate of sciences (Economics), associate professor,
associate professor of Department of Economics,
Kharkov National University of Civil Engineering
and Architecture***Bielohlazova Kateryna***Student, Economic faculty,**Kharkov National University of Civil Engineering and Architecture***Pakulina Hanna***Postgraduate student, Department of Economics,**Kharkov National University of Civil Engineering and Architecture*

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПРОТИСТОЯННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КРИЗИ

DEVELOPMENT OF THE CREATIVE ECONOMY IN THE FACE OF THE GLOBAL CRISIS

АНОТАЦІЯ

У статті доведено, що креативність є важливим чинником економічної стабільності та сталого розвитку України. Креативні індустрії дають змогу генерувати прибуток, створювати нові робочі місця, нові індустрії. Вони істотно збільшують випуск традиційних видів продукції, модернізують промислові процеси, прискорено реструктурують виробництво. Креативні індустрії дають змогу освоювати нові ринки і створювати «м'які» інфраструктури для культурного туризму, поліпшувати промислову інфраструктуру та інвестиційне оточення. Це дає змогу відроджувати території, посилювати конкуренцію і дає поштовх інноваційному розвитку, збільшує продуктивність праці і кількість висококваліфікованих людських ресурсів. Креативна економіка грає важливу роль в протистоянні України глобальній кризі. Мегаполіси України є величезними інноваційними лабораторіями в умовах креативної економіки. Креативний людський капітал є рушійною силою сучасної економіки. На етапі становлення креативної економіки зростає потреба в розробленні нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів і підходів до активізації, раціонального й ефективного використання креативного інтелектуального людського потенціалу. Цей потенціал є головним джерелом і стратегічним інструментом ефективного використання працівників підприємств.

Ключові слова: креативна економіка, глобальна криза, регіон, мегаполіс, інтелектуальний потенціал, ефективність.

АННОТАЦИЯ

В статье доказано, что креативность является важным фактором экономической стабильности и устойчивого развития Украины. Креативные индустрии позволяют генерировать прибыль, создавать новые рабочие места, новые индустрии. Они существенно увеличивают выпуск традиционных видов продукции, модернизируют промышленные процессы, ускоренно реструктурируют производство. Креативные индустрии

позволяют осваивать новые рынки и создавать «мягкие» инфраструктуры для культурного туризма, улучшать промышленную инфраструктуру и инвестиционное окружение. Это позволяет возрождать территории, усиливать конкуренцию и дает толчок инновационному развитию, увеличивает производительность труда и количество высококвалифицированных человеческих ресурсов. Креативная экономика играет важную роль в противостоянии Украины глобальному кризису. Мегаполисы Украины являются огромными инновационными лабораториями в условиях креативной экономики. Креативный человеческий капитал является движущей силой современной экономики. На этапе становления креативной экономики существенно возрастает потребность в разработке новых теоретических, методологических, методических и практических методов и подходов активизации, рационального и эффективного использования креативного интеллектуального человеческого потенциала. Этот потенциал является главным источником и стратегическим инструментом эффективного использования творческого потенциала работников предприятий.

Ключевые слова: креативная экономика, глобальный кризис, регион, мегаполис, интеллектуальный потенциал, эффективность.

ANNOTATION

The authors prove that creativity is an important factor of economic stability and sustainable development of Ukraine. Creative industries allow generating profits, creating new jobs, new industries. They substantially increase the production of traditional types of products, upgrading industrial processes, rapidly restructuring production. Creative industries allow to develop new markets and create "soft" infrastructure for cultural tourism, improve industrial infrastructure and investment environment. This allows reviving territories, increasing competition and giving impetus to innovative development, increasing productivity and the number of highly qualified human resources. The author uses a variety of method-

ological tools. The tools include methods of analysis, generalization, design, statistical methods. The creative economy plays an important role in Ukraine's opposition to the global crisis. Megacities of Ukraine are huge innovative laboratories in the conditions of creative economy. Creative human capital is the driving force of the modern economy. At the stage of formation of the creative economy significantly increases the need to develop new theoretical, methodological, methodological and practical methods and approaches to enhance the rational and effective use of creative intellectual human potential. This potential is the main source and strategic tool for effective use of the creative potential of employees. Under the creative personality researchers understand a specific person who has the ability to reproduce fundamentally new knowledge, skills and competencies. Creative personality has the ability to think outside the box, generate new ideas and solutions. The authors substantiate that creative workers work much more effectively than their colleagues and make full use of their creative potential.

Under the creative economy, the authors understand the totality of specific socio-economic relations. These relationships arise in the process of production, distribution, exchange and consumption. They are based on non-standard, non-traditional ideas, concepts, strategies, activities that provide an effective solution to socio-economic problems on the basis of new knowledge and fundamentally new solutions. The authors identify the features of the creative economy as a systemic phenomenon:

Key words: creative economy, global crisis, region, metropolis, intellectual potential, efficiency.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Стан сучасного світу характеризується глобалізацією всіх соціально-економічних і суспільно-політичних процесів, трансформацією ціннісних систем та поглядів, перенасиченістю інформаційного простору й комунікаційних систем. Розглядаючи соціально-економічну ситуацію, необхідно відзначити, що невизначеність ринку, динамізм соціокультурної формації, підвищені вимоги споживачів і співробітників, гіперконкуренція призводять до наростання кризових явищ і різних міжнаціональних конфліктів. Нині відбувається зміна епох світового соціокультурного розвитку на нову епоху творчості (креативу). Цей висновок узгоджується з висновком дослідників японського аналітичного центру – Інституту Номура (Nomura Research Institute – NRI). Актуальність і складний характер розглянутих явищ послужили підставою вибору теми проведеного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Важливі регіональні аспекти розвитку державно-приватного партнерства, його ролі в соціально-економічному розвитку територій представлені в наукових працях Т. Манро [1], С. Арієті [2], Ч. Лендрі [3], Ф. Біанчіні [3], Дж. Хокінса [4], Р. Флорида [5] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Ядром і смисловим центром нової креативної економіки є творчість, ідея, яку створює людина. Саме креативний потенціал людського ресурсу представлений центром наявної формації. Креативний потенціал індиві-

дуума виробляє новизну, генерує нові відкриття та ідеї, вміє продуктивно вирішувати складні проблеми і, що дуже важливо, рішуче і негайно впроваджує їх у практику. У такому підході вже не інформація відіграє ключову роль, а творчі та креативні люди, які генерують нові ідеї й утілюють їх у життя. При цьому саме креативність є оцінним ресурсом індивіда і рушійним чинником соціально-економічного та соціально-культурного розвитку країни. Разом із тим важливо підкреслити, що в сучасній економіці креативність розглядається не тільки як ключовий чинник економічної стабільності країни, а й як місія розвитку суспільства, регіону, особистості і т. д. Своєю чергою, якщо ключовим чинником економіки знань є освіта й інтелектуальний продукт, а інноваційна економіка загострює увагу на шляхах використання цих знань, то завданням креативної економіки є забезпечення умов для генерування ідей.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Завданнями дослідження є: 1) довести, що творчі індустрії виробляють товари і послуги, включаючи й ідеї, які потім стають ресурсами для інноваційного процесу та інших видів економічної діяльності економіки України як у науковому, так і в технологічному сенсі; 2) обґрунтувати, що мегаполіси, привабливі для креативного класу («креативні мегаполіси»), повинні задовольняти цілій низці умов. Це – наявність численних громадських просторів, привабливих міських ландшафтів, збережене історичне і культурне обличчя міста, атмосфера толерантності, висока якість життя, наявність умов для створення креативних кластерів і креативних спільнот. У цьому разі мегаполіси перетворюються на величезні інноваційні лабораторії, всередині яких формуються численні творчі групи й об'єднання; 3) довести, що креативна економіка – одне з джерел динамічного економічного розвитку України, яке визначається як перетин та інтеграція мистецтва, культури, бізнесу, інновацій і нових бізнес-моделей, що становлять цикл створення, виробництва й розподілу товарів і послуг, які використовують інтелектуальну власність як первинну витрату.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Осмисленням нової творчої епохи стали займатися в другій половині ХХ ст. такі вчені, як Т. Манро [1], С. Арієті [2], Р. Флорида [5] та ін.

На думку Т. Манро, основними характеристиками творчої епохи є наявність геніальних людей, яким держава може надати робочі місця, й у зв'язку із цим є люди, які здатні оцінити і визнати їхні творіння [1].

Вивченням нової креативної економіки продовжив займатися С. Арієті [2]. На думку вченого, деякі культури сприяють креативності більше, ніж інші, і він назвав ці культури «креативогенними» (creativogenic). Він уважав, що люди стають креативними завдяки впливу

трьох чинників (стимулюючої культури, генів і взаємодії). При цьому автор визначив соціально-культурні чинники креатогенного суспільства, серед яких можна виділити: наявність культурних засобів і ресурсів, відкритість до різних культурних стимулів, прагнення членів суспільства до високих досягнень; вільний доступ до засобів культури, свобода думок і дій; чутливість культурних стимулів до різних і навіть контрастних рухів; терпимість до різних думок; взаємодія значущих особистостей, стимулювання за допомогою нагород і заохочення.

Сьогодні можна говорити про становлення і затвердження нової «креатологічної формації», особливого культурно-творчого простору, який уміщує в себе такі відносно самостійні сфери й автономні світи, як креатогенне суспільство, креативна економіка, тотальне мистецтво і універсальна творча особистість.

Термін «креативність» походить від латинського слова *creato*, яке в перекладі означає «творчість» або «створення». У вузькому розумінні поняття «креатив» – це процесуальний чинник творчої діяльності індивіда, у результаті якої з'являється інноваційний продукт праці, який раніше не існував на ринку товарів і послуг. При цьому під інноваційним продуктом праці ми маємо на увазі не тільки товар або послугу, а й нові методи дослідження, концепції, алгоритм прийняття рішення і т. п.

Ще в кінці ХХ ст. Ч. Лендрі і Ф. Біанчіні стверджували, що «індустрії двадцять першого століття будуть усе більше залежати від генерації знань, створених за допомогою творчості та інновацій» [3]. На думку Дж. Хокінса, у сучасній креативній економіці творчі ідеї, патенти, авторські права, торгові марки й оригінальні розробки мають вирішальний вплив на зростання і розвиток найуспішніших компаній світу [4, с. 7–15]. Сьогодні сучасні дослідники приходять до думки, що в новій креативній економіці саме творчість, інновації та генерація нових ідей є важливим корпоративним капіталом, головним ресурсом і чинником виробництва.

Творча праця складна за змістом, і, на думку багатьох науковців, процес творчої праці, з одного боку, безперервний, а з іншого – у ньому чергуються підйоми, застої і спади.

Творча праця – це марафон. Іноді завдовжки в життя. Щасливий той, хто розірвав фінішну стрічку, хто повністю пройшов цикл «відкриття – впровадження – лаври».

Своєю чергою, головною метою управління стає залучення, концентрація, стимулювання та розвиток талантів, створення стимулюючого культурного і творчого середовища, організація інноваційної діяльності, а його новими моделями – такі якісно нові форми управління, як креативний менеджмент і менеджмент креативності.

У сучасній науковій літературі, присвяченій проблемі творчого управління, широко вживається поняття «творчий менеджмент» (креативний менеджмент). Креативний менеджмент

займається дослідженням управління творчої групи, яка побудована на творчих процесах і застосовується на окремій особистості, групі людей, організації у цілому.

За словами Джона Хоукінса, «люди, які володіють ідеями, стали більш потужними, ніж люди, які працюють у верстата і в багатьох випадках більш потужними, ніж люди, які володіють верстатами» [6, с. 48].

Знання, досвід і креативність персоналу стають головним чинником ефективності організації, без якого науковий прогрес є недосяжним завданням незалежно від обсягу коштів, інвестованих у виробниче обладнання й технологію. За оцінками експертів, до 40% ВВП у розвинутих країнах створюється саме креативними працівниками. Використання втілених у людях здібностей дає змогу організаціям активізувати нововведення, підвищувати якість і конкурентоспроможність продукції та послуг.

Споживання є ключовим чинником нової економіки, а споживач – суверенна, креативна людина – стає у центрі нової економіки. Креативність та інновації є джерелом життєвої сили будь-якої організації, що займається виживанням і процвітаням на споживчому ринку. Дослідження у сфері креативності та її оцінка допоможуть перейти від креативних ідей, які поки знаходяться на стадії ідеології, до підвищення продуктивності праці.

Глобальна економіка з другої половини ХХ ст. зазнала стрімкого трансформаційного розвитку від економіки знань до економіки творчості. При цьому якщо такі терміни, як «економіка знань», «інноваційна, інформаційна та інтелектуальна економіка», часто використовуються як синоніми, то поняття креативної економіки наповнюється новим змістом і набуває якісно нових ознак і властивостей. Водночас можна стверджувати, що креативна економіка не заперечує попереднім формам розвитку, а природно включає їх у себе як ключові складники.

Сучасна епоха стрімко змінює функції виробництва й управління. У цьому тандемі творчість розглядається як ключовий чинник і вища мета розвитку й організації суспільства. Сучасний світ не стоїть на місці. Швидкими темпами формується нова креатологічна формація часу, головною метою якої є креативність.

Креатологічна формація являє собою цілісне фундаментальне утворення, особливий культурно-креативний простір, який включає у себе такі відносно самостійні сфери суспільства, як креатогенне суспільство, креативна економіка, мистецтво й універсальна креативно-талановита особистість.

Сьогодні конкурентоспроможними організаціями визнано ті, що визнають креативність як важливий економічний чинник своєї організації, при цьому зацікавлені у формуванні творчої організаційної культури, акумуляції знань співробітників і спрямуванні їх за «лабіринтами креативності».

У виступах відомих учених-економістів, аналітиків, експертів, фахівців-практиків часто звучать терміни «креативність» і «креативна економіка». Про креативність говорять політики і пишуть у пресі. На тлі відходу в минуле індустріальної епохи розвитку наше суспільство переживає глибокі соціальні та економічні зміни. Вже не витрачаються величезні зусилля на виробництво сталі, телевізорів, меблів і т. п., а нечисленний персонал займається цим на автоматизованих заводах. Люди сьогодні більше зайняті написанням програм для комп'ютера і науковими дослідженнями. Головним полем економічної діяльності стає інтелектуальна власність, а основним інструментом – людський мозок. У таких умовах креативність допомагає домогтися найкращих результатів. Нині «ідеї» становлять нову економіку, їх створення є основним виробництвом, а креативність – невід'ємною частиною життя людини.

Уперше поняття «креативна економіка» було згадано в 2000 р. в журналі Business Week. Автор статті міркував про зміну ролі корпорації в XXI ст., можливості її адаптації до умов нової економіки, коли зростає значимість ідей, а ключовим чинником виробництва стають інтелектуальні ресурси. В основі креативної економіки лежить здатність суб'єктів вирішувати виникаючі і потенційні проблеми за допомогою нестандартних методів, що дають змогу досягти високого ступеня конкурентоспроможності та отримати додаткові економічні й соціальні ефекти. Основою положеннями роботами у цій сфері вважаються праці члена Консультаційної ради з креативної економіки ООН Дж. Хокінса [6] і Ч. Лендрі [7]. Вони розглядають креативність як головний чинник створення сучасного укладу життя і необхідний атрибут ефективного розвитку нової економіки.

Джон Хокінс, намагаючись простежити результати креативної економіки, виокремлює 15 креативних індустрій, що генерують інтелектуальну власність у вигляді патентів, авторських прав і торгових марок [6, с. 24]. Такий підхід характеризує креативну діяльність як діяльність, в основі якої лежать індивідуальний творчий початок, навик або талант, і яка несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва й експлуатації інтелектуальної власності.

На відміну від Дж. Хокінса Р. Флорида [5] для визначення місця креативної економіки в системі відтворення вдається до роду діяльності (професії), а не до виду економічної діяльності (галузі). Підхід Р. Флориди ґрунтується на визначенні креативного класу, який складається з двох підкласів: суперкреативності ядра (професії у сферах програмування і математики, архітектури та інженерної справи, природних і соціальних наук, освіти, виховання і бібліотечної справи, мистецтва, дизайну, розваг, спорту, ЗМІ) і креативних професіоналів (управлінські професії, професії у сферах бізнесу і фінан-

сів, права, охорони здоров'я, керівні професії, пов'язані з продажами та управлінням продажами). Відповідно до цього, однією з основних ознак креативної економіки є високий відсоток людей, зайнятих у певних (що вимагають творчих здібностей, управлінських компетенцій і знань у сфері інноваційного розвитку) сферах суспільного виробництва. Подібні ідеї виявляються й у Ч. Лендрі [7], який підкреслює, що зараз в основі міського розвитку лежать не класичні чинники виробництва, а здатності людей, їхні уява, творча активність і мотивація.

Креативну економіку, на нашу думку, слід розглядати системно, у широкому сенсі. У такому разі вона виступає як: 1) інформаційна економіка, оскільки інформація, знання і наука відіграють у ній провідну роль як чинник виробництва і творчої праці; 2) постіндустріальна економіка, оскільки збільшується і починає домінувати частка сфери послуг, а не сфера виробництва; 3) інноваційна економіка, коли знання породжують безперервний потік нововведень, що відповідає вимогам динамічно мінливих потреб, а часто і формує їх. Принциповою відмінністю креативної економіки від інноваційної є акцент на розвитку індустрії інновацій за допомогою креативного сектору економіки як ключового. У цьому разі креативність виступає як характеристика інновацій; 4) глобальна мережева економіка, оскільки в креативній економіці взаємодія між носіями «ідей» опосередковується широкими мережевими зв'язками в світовому масштабі. Це стало можливим з виникненням Інтернету як нової інфраструктури економіки; 5) економіка знань, оскільки в ній зростає значення людського капіталу та інвестицій в освіту і підготовку кадрів.

Основна відмінність креативної економіки від традиційного економічного укладу полягає у тому, що головний інструмент у ній – знання, ресурс – інформація, а продукт – інновація. Концепція креативної економіки об'єднує такі розрізнені поняття, як «інформаційна економіка», «економіка знань» та «інноваційна економіка». «Сировина» креативної економіки – талант, який породжує нові, оригінальні ідеї і перетворює їх на економічний капітал і продукти, що продаються. Ключовими чинниками ефективного становлення, росту і розвитку креативної економіки є людський капітал, внутрішній попит, інновації, інвестиції, технологічна, організаційна та інституційна модернізація, а також творча діяльність усіх суб'єктів ринку. Забезпечуючі чинники – креативний, інноваційний, інвестиційний, виробничий і соціальний менеджмент.

Під креативним кластером нами розуміється спільність людей, що володіють творчим потенціалом і можливість генерувати інноваційні ідеї і продукти. Підприємства, що входять у кластер, взаємодоповнюють один одного, що призводить до збільшення ефекту за рахунок синергії.

Поняття креативної індустрії з'явилося близько двадцяти років тому. Воно об'єднує творчий і комерційний складники сучасної економічної системи. Креативні індустрії економіки засновані на генерації і поширенні знань та інформації, а також економічно успішних продуктів, що мають якусь культурну цінність. Креативні індустрії нерідко характеризують як творчі [8]. Основне завдання творчої індустрії – створити і реалізувати «творчий продукт». Творчі індустрії виробляють товари і послуги, включаючи й ідеї, які потім стають ресурсами для інноваційного процесу та інших видів економічної діяльності економіки як у науковому, так і в технологічному сенсі.

Розгляд такого феномена, як креативна економіка у сучасному мегаполісі, є актуальним науковим завданням. В основі теоретичного складника концепції «креативного мегаполісу» лежить низка теорій. Нами розглядаються дві основні концепції: концепція «креативної економіки» і концепція «креативного класу». Обґрунтовано, що спостерігається зсув економічних пріоритетів від «фінансів» до людських «ідей», «здібностей» і «навченості».

Інноваційна економіка і «креативне» суспільство – це явища, які не можуть існувати і розвиватися окремо. Формування інноваційної економіки, на нашу думку, безпосередньо пов'язане із соціальними інноваціями, зі створенням «креативного» суспільства. Ми вважаємо, що в модернізованому суспільстві інновації переважають над традиціями, соціальне життя носить світський характер, індивід, вільний від традиційних табу і рухомий раціональним мисленням, стає активним діячем.

Успішний мегаполіс, що розвивається, використовує інноваційні підходи до використання ресурсів, управління ними в різних сферах. Креативний мегаполіс – це простір, де жителі можуть легко і швидко взаємодіяти між собою, розвиватися в різних сферах, це простір, який сприяє самореалізації громадян. Цьому сприяють розвинуті технології, толерантне ставлення один до одного, до нових ідей, думок.

Сучасний мегаполіс є привабливим місцем проживання, який надає широкі можливості для розкриття особистості. Простір мегаполісу стає втіленням і уособленням сучасного способу життя, світогляду, одночасно будучи осередком різноманітних можливостей діяльності, насиченості соціальної інформації, культурної інтеграції. Незалежно від розмірів, актуального стану або передісторії сучасного мегаполісу всі вони так чи інакше приречені на пошук власного неповторного обличчя. Міста вступають у конкуренцію один з одним за людські, інформаційні та грошові потоки. Глобальні зв'язки і суперництво частково опустили зі сходки національних держав на рівень мегаполісів.

Термін «креативність» характеризується широким діапазоном точок зору. З точки зору Чарльза Лендрі, креативність є багатовимірним

прикладним поняттям, що є необхідною і достатньою умовою сприйняття міста як суми його інфраструктур, що включає також сукупність ініціатив економічної, соціальної та культурної сфер. Річард Флорида розуміє під креативністю інтелект людини і його творчі здібності, результатом роботи яких є поява нових та ефективних ідей. На нашу думку, креативність є виробництвом нових ідей, які можна застосувати для вирішення конкретних проблем.

Поняття «креативна економіка» все частіше зустрічається в наукових публікаціях для економістів і управлінців. Креативна економіка стає і буде надалі одним із головних драйверів соціально-економічного розвитку. Формування відповідного інтелектуального середовища, всієї системи соціально-економічних відносин сприяє розкриттю творчих здібностей людей, створенню ними нових творчих ідей і успішної їх реалізації в житті. Саме креативна економіка буде механізмом розкриття творчої енергії людей в нових соціально-економічних умовах постіндустріального суспільства.

Спочатку термін «креативна економіка» застосовувався для креативного бізнесу, що розвивається. Особливість креативної економіки проявляється в системі специфічних соціально-економічних відносин між власне економікою і творчим підходом до її розвитку й удосконалення. У кінцевому підсумку це призводить до становлення і розвитку нового креативного сектору постіндустріальної економіки, в основі якого лежить інтенсивне використання творчих та інтелектуальних ресурсів. Так, в основу виявлення специфіки креативної економіки Річардом Флоридою була покладена ознака професій, роду занять працівників у креативній індустрії.

Нині поняття «креативна економіка» нерідко отожднюється з поняттям «економіка знань». При цьому йдеться про особливий сектор економіки, заснований, перш за все, на різних видах інтелектуальної праці. Подібне тлумачення є справедливим лише певною мірою.

Разом із тим, на нашу думку, обмежувати креативну економіку тільки даною ознакою недостатньо. До інших ознак креативної економіки низка авторів справедливо відносить так зване креативне мислення, креативне проектування, що мають практичну спрямованість. У сучасному світі креативна економіка проявляється в різноманітних напрямках соціально-економічного розвитку. Вона є мотиватором, що забезпечує привабливість інвестиційного клімату, модернізацію сфер освіти й науки, розвиток специфічних напрямів соціальної сфери і т. п.

Разом із тим слід зазначити, що креативна економіка, заснована на інтелектуальній праці, творчому креативному підході, має місце не тільки в соціально орієнтованих і соціально значущих сферах діяльності. Явний її прояв (як генерування і реалізація нестандартних ідей) спостерігається все більшою мірою в розширенні масштабів тіньових, корупційних,

кримінальних соціально-економічних процесів. Найбільш яскраво ці процеси проявляються останнім часом у науково-освітній, інноваційній діяльності, в охороні здоров'я, будівництві, житлово-комунальному господарстві, міграційних, екологічних та інших напрямках соціально-економічного розвитку. Таким чином, очевидно, що в парадигмі креативної економіки сьогодні розвиваються діаметрально протилежні тенденції прогресу і регресу в соціально-економічному розвитку, формуються принципово нові соціально-економічні та культурні моделі, нові типи креативних соціально-економічних відносин. Усе це дає змогу з певною мірою умовності об'єднати різні напрями креативної економічної діяльності в окремий самостійний «креативний» сектор економіки.

У процесі дослідження соціально-економічної сутності категорії «креативна економіка» ми застосували підхід, в основі якого лежить дослідження вихідних понять даної категорії.

Термін «економіка» означає управління господарською діяльністю. Основна мета економіки – виробництво суспільно необхідних продуктів. Такий процес здійснюється за стадіями «виробництво – розподіл – обмін – споживання – виробництво ...», основою якого є відповідні соціально-економічні відносини.

Формування нових, більш високих потреб зумовлює пошук більш досконалих механізмів їх задоволення. Задоволення цих потреб може здійснюватися різноманітними способами. Це можуть бути як традиційні та загальновідомі способи, так і принципово нові, нестандартні, креативні технології.

Термін «креативність» у широкому значенні означає творчість. До останнього часу й у вітчизняній, і в зарубіжній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом із тим останнім часом низка авторів схильна поділяти ці два поняття.

Сьогодні поняття креативності все більшою мірою стало асоціюватися зі здатністю особистості в процесі вирішення виникаючих проблем знаходити нові, нестандартні, оригінальні, що не копіюються, підходи, засновані на принципово нових знаннях, уміннях, навичках, компетенціях. З'явилося поняття «креативна особистість».

Під креативною особистістю ми розуміємо специфічну особистість, що володіє здатністю самовідтворювати принципово нові знання, вміння, навички і компетенції. Креативна особистість має здібності нестандартно мислити, генерувати нові ідеї і рішення.

Креативність (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) – це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко й ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій.

До найбільш відомих форм прояву креативності належать: інновації – висування прин-

ципово нових ідей, нововведень; винаходи – створення чогось нового, невідомого раніше; відкриття – щось знову встановлене, знайдене.

Основними чинниками, що визначають креативність, є, з одного боку, такі особисті якості, як швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність та ін., з іншого – життєвий досвід й індивідуальні знання особистості в певній сфері. Останнє здатне одночасно як приносити користь, так і служити обмежуючим чинником.

За допомогою креативності відкриваються абсолютно нові, що здаються на перший погляд абсурдними, і водночас раціональні зв'язки.

Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його здатності творчо підходити до генерування ідей і вирішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється у здатності індивідуума правильно і своєчасно реагувати на різні нововведення і новації.

У зв'язку з вищевикладеним поняття «креативна економіка» асоціюється, по-перше, з оригінальною специфічною формою економічного мислення, що відрізняється від загальноприйнятих логічних типових схем, і здатністю знаходити і реалізувати нові соціально-економічні зв'язки та моделі між явищами та процесами; по-друге, зі здібностями привносити щось нове, оригінальне в різні сфери практичної діяльності; по-третє, постійною готовністю до вирішення нестандартних проблем і ситуацій.

Виходячи з представлених тлумачень понять «креативність» і «економіка», нами пропонується таке визначення терміна «креативна економіка». Під креативною економікою ми розуміємо сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають із приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, які забезпечать ефективне розв'язання соціально-економічних проблем на підставі нових знань, принципово якісно нових рішень.

Нами виявлено такі особливості креативної економіки як системного феномена:

- висока роль нових технологій і відкриттів у різних сферах діяльності людини;
- інноваційний характер розвитку економіки;
- прорив у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ);
- мережевий і глобальний характер знань;
- поява нових методів і способів управління людським капіталом;
- формування нових індустріальних країн (НІК) як інституційної основи економіки;
- новий порядок взаємодії учасників ринкового обміну, коли споживач ідеї бере участь у її створенні;
- високий ступінь невизначеності;
- гостра необхідність у генерації нових знань, ідей.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Креативність є важливим чинником економічної стабільності та сталого розвитку України.

Креативні індустрії дають змогу: генерувати прибуток; створювати нові робочі місця, нові індустрії; істотно збільшувати випуск традиційних видів продукції; модернізувати промислові процеси; прискорено реструктурувати виробництво; освоювати нові ринки і створювати «м'які» інфраструктури для культурного туризму; поліпшувати промислову інфраструктуру та інвестиційне оточення; відроджувати міські райони, що прийшли в занепад; посилювати конкуренцію і дати поштовх інноваційному розвитку; забезпечувати зростання торгівлі; збільшувати продуктивність праці і кількість висококваліфікованих людських ресурсів.

Мегаполіси України є величезними інноваційними лабораторіями в умовах креативної економіки.

Креативний людський капітал є рушійною силою сучасної економіки України.

На етапі становлення креативної економіки все більшою мірою зростає потреба в розробленні нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів і підходів до активізації, раціонального й ефективного використання креативно-інтелектуального людського потенціалу як головного джерела, стратегічного інструменту ефективного використання головної продуктивної сили в постіндустріальному суспільстві – людини. Усе це, безумовно, вимагає істотної трансформації усієї системи підготовки, професійної перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів, адекватних особливостям креативної економіки. Такі кадри повинні мати здатність швидко переключатися з однієї проблеми на іншу, швидко шукати ефективні, нестандартні управлінські рішення, що забезпечують можливість принципового підвищення ефективності соціально-економічного розвитку, включаючи, насамперед, функціональну, економічну, соціальну, екологічну, соціально-психологічну, інноваційно-інформаційну та інші види ефективності.

Креативна економіка грає архіважливу роль у протистоянні України глобальній кризі.

Креативна економіка в протистоянні глобальній кризі набагато сильніша, ніж традиційні індустрії. Креативна економіка як нова тенденція всесвітнього економічного розвитку відіграє специфічну роль у відновленні глобальної економіки [9, с. 195]. Основна «додана вартість» у креативній економіці буде створюватися в процесі творчості завдяки новим знанням і праву інтелектуальної власності на результати такої праці. Переможцями на ринку стануть ті виробники, які зможуть максимально використовувати «додану цінність», створювану за рахунок стилю, іміджу, електронного марке-

тингу і реклами, – тобто всього того, що виробляють творчі індустрії. До результатів прояви креативності в економіці відноситься розвиток аутсорсингу (контрактного виробництва) і «віртуальних компаній», які передають субпідрядникам практично все – виробництво, логістику, рекламу, бухгалтерію, зберігаючи за собою лише невеликий штат адміністраторів, фахівців із маркетингу і розробників. Такі фірми зберігають за собою лише функції, пов'язані з виробництвом інтелектуальної власності, творчими розробками або торговою маркою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Munro Th. (1963) *Evolution in the Arts and other Theory of Culture History*. Cleveland (Ohio): Museum of Art.
2. Arieti S. (1976) *Creativity: The Magic Synthesis*. New York: Basic Books.
3. Landry Ch., Bianchini F. (1995) *The Creative City*. London: Demos.
4. Howkins J. (2001) *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane, 2001.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва : Классика XXI, 2007. 432 с.
6. Хоккинс Дж. Креативная экономика. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
7. Лэндри Ч. Креативный город. Москва : Классика-XXI, 2011. 399 с.
8. Творческие индустрии. URL: <http://vikent.ru/enc/7425/> (дата звернення: 31.05.2019).
9. Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. *Економіка та суспільство*. 2018. № 16. С. 192–200.

REFERENCES:

1. Munro Th. (1963) *Evolution in the Arts and other Theory of Culture History*. Cleveland (Ohio): Museum of Art.
2. Arieti S. (1976) *Creativity: The Magic Synthesis*. New York: Basic Books.
3. Landry Ch., Bianchini F. (1995) *The Creative City*. London: Demos.
4. Howkins J. (2001) *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane, 2001.
5. Florida R. (2007) *Creative class: people who change the future*. Moscow: Classic XXI. (in Russian)
6. Howkins J. (2011) *The Creative Economy*. Moscow: Classic XXI. (in Russian)
7. Landry Ch. (2011) *The Creative City*. Moscow: Classic XXI. (in Russian)
8. *Tvorcheskie industrii [Creative Industries]*. Available at: <http://vikent.ru/enc/7425/> (accessed 31 May 2019). (in Russian)
9. Pakulina A. A., Ievsieiev A.S. (2018) *Innovatsiina ta kreatyvna ekonomika yak umova modernizatsii natsionalnogo hospodarstva Ukrainy [Innovative and creative economy as a condition of modernization of the national economy of Ukraine]*. *Ekonomika ta suspilstvo : Elektronne naukove fakhove vydannia Mukachivskoho derzhavnogo universytetu [Economics and society : electronic scientific professional publication of Mukachevo state University]*, no. 16, pp. 192–200. (in Ukrainian)