

УДК 330.431.4:331.105.5 (477)

**С. Д. Щеглюк**

кандидат економічних наук, старший науковий  
співробітник сектору просторового розвитку, докторант  
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені  
М. І. Долішнього НАН України», м. Львів

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВНІ ФОРМИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

*У статті розкрито особливості функціонування форм просторової організації креативної індустрії на основі локалізації креативного потенціалу. Розкрито види та функції основних форм просторової організації креативної індустрії, які мають місце діяльності у вітчизняних регіонах. Обґрунтовано, що види просторової організації креативної індустрії можуть взаємодіяти між собою та взаємодоповнюватися в залежності від мети та пріоритетів їх створення. На основі зарубіжного та вітчизняного досвіду визначено ключові тенденції розвитку креативної індустрії та обґрунтовано шляхи підвищення ефективності функціонування перспективних форм її організації.*

**Ключові слова:** креативність, креативні індустрії, форми просторової організації креативної індустрії, креативні кластери, державна підтримка.

### **Shcheglyuk S. FEATURES OF DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRY: PERSPECTIVE FORMS OF SPATIAL ORGANIZATION**

*The article deals with the peculiarities of the functioning of the forms of spatial organization of the creative industry on the basis of localization of creative potential. The types and functions of the main forms of the spatial organization of the creative industry, which have a place of activity in the native regions, are revealed. It is substantiated that types of spatial organization of the creative industry can interact with each other and complement each other depending on the purpose and the priorities of their creation.*

*On the basis of foreign and domestic experience, key trends in the development of the creative industry have been determined, and the ways of increasing the efficiency of functioning of perspective forms of organization of the creative industry have been substantiated.*

**Keywords:** creativity, creative industry, forms of spatial organization of the creative industry, creative clusters, state support.

Проблематика впливу креативу на економіку міст, регіонів перебуває зараз на новому етапі наукового дослідження. На зміну традиційним питанням формування креативних видів діяльності як локомотивів розвитку міст, їх підтримки для ревіталізації колишніх промислових зон приходять нові глобальні та локальні виклики. Вони зумовлені швидким темпом поширення технологій, геополітичними змінами, трансформацією економіки міст та регіонів до постіндустріального типу, переходом сучасного суспільства до збалансованого розвитку та впровадження низки концепцій модернізації міст та регіонів. Поряд з цим формуються нові форми просторової організації креативної економіки: креативні регіони, креативні кластери, креативні простори та хаби. Більшість з них приходять до України із практики функціонування креативних індустрій розвинених країн Європи, США, Японії.

Водночас окремі моделі прямого перенесення зарубіжного досвіду функціонування креативної індустрії не дають такого ж економічного ефекту як у країні запозичення. Це зумовлює необхідність проведення додаткового дослідження особливостей становлення форм просторової організації креативної індустрії у вітчизняних регіонах. Отже, які ж форми просторової організації властиві креативній індустрії,

у якому середовищі краще себе реалізують, а також які форми просторової організації пріоритетні в нових умовах розвитку України – ці питання вимагають обґрунтованих відповідей та розробки подальших заходів. Особливо важливо окреслити напрями підвищення ефективності креативних індустрій в умовах стрімких змін зовнішнього середовища. Адже від сьогоденного фокусування на пріоритетах залежить майбутнє розвитку вітчизняних громад, міст, регіонів та держави. Вирішенню перелічених питань і присвячена дана публікація.

Проблематика дослідження креативної економіки, креативних індустрій відображена у працях зарубіжних та вітчизняних вчених: Р. Флориди, Ч. Лендрі, Дж. Гоукінса, Е. Пратта, Й. Клоудової, О. Пілясова, І. Вахович, О. Жовтанецького, О. Чуль, Л. Федулової, С. Давимуки, І. Галиці, Я. Сеньковської, С. Ткаленко, І. Олександренко, М. Гнедовського, Є. Зеленцової, Х. Лошковської та ін. Однак недостатньо розкритими у дослідженнях залишаються особливості розвитку форм просторової організації креативної індустрії, обґрунтування переваг та недоліків їх функціонування, вибору оптимальної форми креативного сектору для вирішення завдань соціально-економічного розвитку регіону й реалізації заходів регіональної політики. Наукова значущість розв'язання переліку зазначених

науково-методичних і практичних завдань вимагає ґрунтовного аналізу досліджуваної проблематики, актуалізує і посилює її значимість для підвищення ефективності господарських процесів на регіональному рівні.

*Метою* статті є розгляд найбільш поширених форм просторової організації креативної індустрії (ПОКІ) країни, окреслення сучасних тенденцій їх розвитку, обґрунтування необхідних заходів реалізації політики реформування та модернізації вітчизняної економіки на основі активізації ендogenous потенціалу креативної індустрії.

Важливість вивчення форм просторової організації полягає у використанні їх властивостей для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки на основі її інноваційної модернізації з врахуванням сучасних чинників локалізації креативної індустрії, оптимального застосування широкого арсеналу форм її просторової організації (кластери, території пріоритетного розвитку, формування нових полюсів зростання тощо), а також залучення потенціалу агломераційного розвитку.

Світовий довід доводить про великий потенціал та внесок у соціально-економічний розвиток регіонів креативних індустрій, що за оцінками експертів становить у європейських розвинених країнах від 4 до 12% ВВП і має тенденції до зростання, формує мільйони робочих місць, підвищує якість життя населення тощо. Креативність є невід'ємним елементом постіндустріальної економіки, водночас і новітнім чинником суспільного розвитку. Креативна індустрія характеризується не лише певною сукупністю видів економічної діяльності, які виробляють креативні товари та послуги, а й підходом до формування нової економіки, яка базується на застосуванні людської творчості та активізації творчого потенціалу людини з метою отримання конкурентних переваг.

Попри численні заяви про підтримку креативних індустрій з боку Уряду України, розробку «Довгострокової національної стратегії культури-2025», формування окремих міських стратегій розвитку культури та вступу в дію Угоди про співробітництво з ЄС у частині культури (2017 р.), до цього часу не оцінено ані креативного потенціалу за світовими стандартами, не визначено тенденцій розвитку креативних індустрій, не сформовано політики сприяння розвитку креативного сектору економіки України. Всупереч відсутності такої державної підтримки протягом останнього часу окремі проекти у сфері культури та креативу діють у містах та регіонах України, стають відомі за її межами та сприяють формуванню нової бізнес-спільноти та креативної екосистеми, змінюють імідж регіонів та міст, стимулюють зростання громадянської активності. Велику роль у активізації креативних індустрій у вітчизняній економіці відіграють програми Європейського Союзу з підтримки креативної економіки, позитивна практика діяльності креативних міст, креативних просторів, таких як

креативні хаби, коворкінги тощо. Така ініціатива сформована й успішно реалізована завдяки фінансуванню ЄС проектів «Містки громадської активності», «Креативна Європа», «Культура і креативність», Програма «ЄС – Східного партнерства», проект ЄС Association 4U [1]. Результатами діяльності низки проектів у співпраці з ЄС стали розробка навчальних посібників, он-лайн курсів для культурних менеджерів, практичні заходи щодо впровадження креативних просторів: SMART-бібліотек, медіатек, креативних хабів та ін.

Попри відсутність у вітчизняному законодавстві визначення креативних індустрій, на практиці успішно просувають концепцію креативних індустрій від стратегічного планування міст до підтримки розвитку соціальної інфраструктури в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ).

Зазначимо, що у доповіді ООН під «креативними індустріями» розуміють сукупний цикл створення, виробництва і поширення товарів та послуг, заснованих на креативності та інтелектуальному капіталі [2, с. 4.]

За підходом британського уряду під «креативною індустрією» слід розуміти сукупність видів економічної діяльності, область творчого підприємництва (засоби масової інформації, кінематограф, музична діяльність, розробка програмного забезпечення, наукові дослідження та інші види діяльності культури), де зайнята значна частина творчих працівників, результати праці яких залежать від постійного впровадження інновацій [3, с. 110].

До креативних індустрій британської моделі належать: реклама, архітектура, мистецтво, антикваріат, ремесла, дизайн, мода, кіно – та відеовиробництво, музика, живопис, продукція програмування, телебачення та радіо, відео – та комп'ютерні ігри. За моделлю концентричних кругів ядро креативних індустрій становлять: література, музика, образотворче мистецтво; інші складові ядра: кіно, музеї, бібліотеки; культурна індустрія в «широкому» змісті: культурна спадщина, видавництво, звукозапис, телебачення та радіо, відео – та комп'ютерні ігри; суміжні індустрії: реклама, архітектура, дизайн, мода. Як бачимо, за різними підходами, структура креативних індустрій відрізняється за складовими, значимістю виконуваних функцій в суспільстві, існуючого потенціалу та пріоритетів тощо. Зміст і структура креативної індустрії залежить також від методологічних підходів дослідників і політики підтримки креативного сектору.

Як зазначає Й. Клоудова, передумовою розвитку даної сфери економіки є наявність певного рівня розвитку творчих здібностей людини, формування креативного класу, розвиток креативної економіки, яка базується на нових підходах в бізнесі, культурі і дизайну [3, с. 111-112].

Оскільки, незважаючи на термін «індустрія», більшість видів креативної економічної діяльності

належать до моделі економіки знань, у якій саме знання та інновації генерують нову додану вартість. Сучасна економіка знань, або ж креативна економіка визначає нові види зайнятості та моделює форми просторової організації креативної діяльності. Саме ці форми, на думку вчених, повинні забезпечувати умови капіталізації території, підвищення вартості їх активів за рахунок оптимального перерозподілу продуктивних сил та надавати доступ до джерел соціально-економічного росту [4, с.3-4].

Багато робіт вчених присвячено аналізу середовищних характеристик економічного простору, розглянуто параметри креативності територій, розроблено підходи до її оцінки. Водночас науковці зазначають, що фокусування на окремих аспектах економічного простору: оцінці особливостей розміщення суб'єктів господарювання в просторі, або характеристики середовища, яке формується на певній території обмежує можливості дослідження просторової організації економічної діяльності. Оскільки локалізаційний та середовищний чинники розвитку повинні розглядатися в єдиному комплексі, то успішність господарських процесів залежить як від взаєморозташування елементів економічної діяльності, так і від умов в яких вони функціонують [5, с.4].

Найбільш поширеним підходом до оцінки креативності країн, регіонів та міст є індексний, започаткований Р. Флоридою – Індекс креативності, розвинений і доповнений іншими науковцями у відповідності до потреб національної економіки. Зазначимо, що просторовий чинник у оцінці креативності присутній у Індексі креативності Балтимору (Baltimore Creativity Index) (BCI), що був розроблений науковцями Золтаном Ачем та Монікою Мед'єші з урахуванням моделі Р. Флориди для оцінки потенціалу трансформації Балтимору в креативній сфері. До неї було включено такий вимір як «територія», що включає територіальні та комунальні послуги, а також «індекс доступності житла». З іншого боку, дане дослідження вказує на географічну близькість Балтимору до Вашингтона, що є визнаним креативним і високотехнологічним епіцентром [3, с.43]. У інших підходах до оцінки Індексу інноваційності теж опосередковано включено показники, які відображають місце локалізації креативних індустрій, просторовий аспект включено до розрахунку Індексу креативного міста Ч. Лендрі та Дж. Хаямса, а також враховують масштаби поширення креативної економіки [3, с.43].

Серед показників, що характеризують креативне місце, Ч. Лендрі визначає тільки десять показників: політична та громадська структура; своєрідність; різноманітність, життєздатність; відкритість, довіра, толерантність і доступність; підприємництво, дослідження та інновації; стратегічне лідерство, талант і хист до навчання; комунікації, зв'язок та робота в мережі; місце, рівень життя і добробут, професіоналізм і ефективність. На нашу думку, такі показники є не лише характеристиками місця, а й

чинниками розвитку креативної індустрії, наявність яких дозволяє залучати й утримувати креативних працівників. Передумовами зростання питомої частки креативної індустрії у ВВП є освіта, високі доходи споживачів, висока фахова підготовка працівників, відкритий до ідей соціальний простір, високий технологічний рівень та розвинена інституційна інфраструктура [6, с.121]. За іншими підходами, драйверами росту креативної індустрії є технології, попит на креативну продукцію та туризм [7].

Таке різноманіття позицій засвідчує, що вивчення територіальної креативності – процес незавершений, ще не достатньо апробовані методологічні підходи до оцінки її рівня, що з одного боку перешкоджає ефективному моніторингу розвитку регіонів та міст, виявленню і своєчасному вирішенню проблем, пов'язаних з посиленням їх конкурентоспроможності, а з іншого – дає можливість вченим удосконалювати методику дослідження та об'єктивно оцінювати креативність на різних рівнях ієрархії економічних систем. Зазначимо, що більшість методичних підходів, розроблені іноземними дослідниками, базуються на існуючій статистичній базі даних і в силу відсутності низки показників у вітчизняній офіційній статистиці ускладнюють порівняльні дослідження та не сприяють розвитку вітчизняного креативного сектору.

Як відомо, просторова організація економічної діяльності найбільш повно виражається у різноманітності її форм [8, с.72]. Адже економічний простір є сукупністю економічних та інституційних форм організації діяльності, які впорядковують просторову поведінку суб'єктів господарювання та відносини між ними. Економічний простір складається з певних частин, для яких характерна різна ступінь щільності зв'язків між економічними агентами, що проектується на території з різною діловою активністю та ступенем доступу до ресурсів, постійно доповнюється новими економічними агентами, які тяжіють до місць найбільшої концентрації ресурсів та суб'єктів господарювання у відповідь на головний критерій оптимального розміщення – мінімізацію витрат на виробництво та збут. Відповідно і різноманітність форм просторової організації бізнесу зумовлена певними характеристиками: площею охоплення, функціями діяльності, завданнями створення й підходами до регулювання тощо. Як зазначає Й. Клоудова, простір, в якому динамічно розвивається креативний сектор відрізняється високим рівнем економічного розвитку, коли населення задовільнило базові потреби і має надлишок фінансових ресурсів на придбання товарів та послуг креативних індустрій (відвідини концертів, кінотеатрів, придбання предметів мистецтва, користування дизайнерськими послугами тощо [6, с.115].

На думку вчених, існує відмінність між просторовою організацією економіки індустріального і постіндустріального типів, до якого відноситься креативна індустрія. Ті території, на яких формується

креативна економіка створюють додану вартість за рахунок високої компетентності людського капіталу, а відтак просторова організація такої економіки висуває підвищені вимоги до середовища існування свого ключового ресурсу – людей, а це в свою чергу визначає абсолютно нові умови організації діяльності та побуту [4, с.4].

Вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду організації креативних індустрій дозволило виділити форми просторової організації креативної індустрії (ПОКІ) за площею охоплення території (тобто, за географічною ознакою):

- макроформи (креативні регіони, креативні кластери, креативні міста, глобальні технологічні платформи);
- мезоформи (креативні хаби, креативні квартали, креативні центри);
- локальні форми (креативні простори: арт-об'єкти, творчі лабораторії, майстерні, відкриті простори, лофти і неолофти, локальні он-лайн центри, креативні інформаційні платформи).

Зауважимо, що виділені нами форми за площею охоплення не мають чітких критеріїв делімітації, адже вони вільно переходять від однієї до іншої, а більші форми часто вміщують у собі локальні, що свідчить про необхідність детального мапування креативних індустрій, але не описує їх аморфний характер розвитку.

Зазначені форми ПОКІ мають спільні характеристики, оскільки виконують функції сприяння, полегшення, забезпечення концентрації людського капіталу, допомагають налагодити співпрацю та комунікацію між окремими митцями, підприємствами креативної індустрії, сприяють доступу та обміну новими знаннями, ресурсами, що є критерієм успіху локалізації креативного сектору економіки. Насамперед, такі характеристики притаманні великим містам-агломераціям, які, втративши лідерство у промисловості, можуть переходити на нові ресурси конкурентоспроможності: креативні індустрії, залучення і розвиток креативного класу, розміщення нових економічних активів на їх території та в приміській зоні. Перехід міст на креативні індустрії високо оцінили вчені, назвавши його «другим шансом для відродження міст» (Рагнар Сііл). Зазначимо, що у великих містах спостерігається вища щільність та концентрація креативних людей, яким притаманні певні особливості співпраці та тяжіння до неформальних мереж, вільного переміщення та фокусування на можливостях середовища для реалізації креативного потенціалу.

Визнаючи креативну індустрію передусім міським феноменом, низка вчених аналізує форми просторової організації креативної економіки, притаманні власне високоурбанізованам територіям: креативні кластери, креативні квартали та центри, арт-галереї, шоу-руми, теле – і медійні платформи, спортивні і мистецькі ініціативи, культурні простори, анти кафе та медіатеки, стартапи тощо. Хоча існують наукові підходи, які доводять про необхідність залучення

креативної індустрії до розвитку сільських громад, формування креативних просторів та сприяння диверсифікації економіки сільських територій, об'єднаних територіальних громад шляхом децентралізації сфери культури [9].

На сьогодні дієві інструменти міського розвитку полягають у підтримці бізнесу в сфері культури та творчості, створенні «комунікативних майданчиків», до яких можуть входити нові творчі та культурні центри, що поєднують функції культурного виробництва та культурного споживання [4, с. 5].

Як відомо, такі креативні осередки у містах задовольняють не лише естетичні потреби творчих містян, а й приваблюють підприємців, туристів, змінюють імідж самого міста, підвищуючи згодом його капіталізацію за рахунок концентрації підприємницької активності. Креативні індустрії відіграють роль своєрідних каналів встановлення культурних та підприємницьких зв'язків території [4, с. 6]. Внаслідок поширення та розвитку креативної індустрії в місті формується нова унікальність, зростає його туристична привабливість, формується мотивація до відвідин міста та бажання жити і працювати в ньому, збільшується кількість робочих місць у креативній сфері та кількість інвестиційно привабливих об'єктів для трансформації у креативні простори.

Як засвідчує практика, зараз майже у кожному обласному центрі України присутні креативні простори різного виду: у Львові – арт-кластер «Фабрика повідла», у перспективі – «Креативний квартал», у Івано-Франківськ – ревіталізації заводу «Промприлад» із перетворенням його на хаб творчості та пізнання, у Рівному – мапування культурних і творчих ініціатив з метою створення креативного кластера, у Києві – арт-завод «Платформа» з однойменним коворкінгом тощо. За твердженням М. Скиби, всі такі масштабні проекти у креативній сфері реалізується за рахунок приватного або іноземного капіталу [7].

Водночас «творчі» кластери є найбільш важко прогнозованою формою організації діяльності, оскільки базуються на результатах експлуатації нематеріальних активів території, багатогранного сучасного мистецтва та творчості [4, с. 5].

Основою організації економіки в сучасних умовах є наявність специфічних знань і творчих здібностей. Інвестиційний процес у цій економіці, в основному, зводиться до інвестицій у формування інформаційної компетенції та творчих здібностей, тобто до інвестицій у формування «економіки знань» та «економіки вражень», культуру людського капіталу (професійних компетенцій) [4, с. 12].

В силу відсутності статистичних даних про інвестиції у формування компетентності та розвиток творчих здібностей працівників креативних індустрій, оцінимо обсяги капітальних інвестицій у креативну індустрію з врахуванням існуючої офіційної інформації. Згідно зарубіжних підходів до складу креативної індустрії та структури вітчизняного

Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД 2010), нами до креативних видів економічної діяльності віднесено:

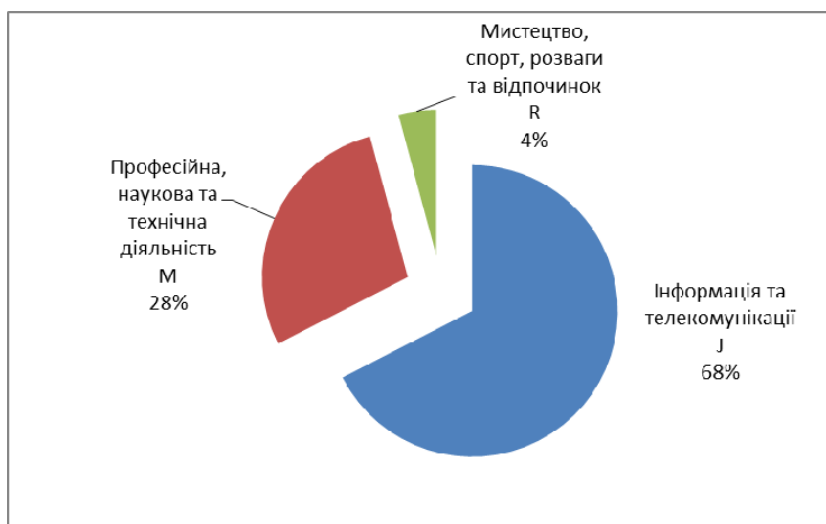
*інформація та телекомунікації (J)* (видавнича діяльність; виробництво кіно – та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів; діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення; телекомунікації (електрозв'язок); комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність; надання інформаційних послуг);

*професійна, наукова та технічна діяльність (M)* (діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування; діяльність у сферах архітектури та інжинірингу, надання послуг технічного консультування; наукові дослідження та розробки; рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку; спеціалізована діяльність із дизайну; діяльність у сфері фотографії);

*мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (R)* (діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг; функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури, діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг).

За обсягами освоєних капітальних інвестицій, лідерами в Україні станом на 2016 р. були види економічної діяльності, що належать до секції інформація та телекомунікації (J), на них припадало близько 70% від загального обсягу капітальних інвестицій в креативний сектор, натомість на мистецтво, спорт та розваги (R) – лише 4% (рис. 1).

Зазначимо, що із загальноукраїнського обсягу освоєних капітальних інвестицій у секції інформація та телекомунікації, майже 82 % припадало на м. Київ (12,8 млрд грн), за тим показником у професійній, науковій та технічній діяльності освоєно столицею 47% (3,1 млрд грн.), а у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку – 49% (474 млн грн). Така надконцентрація капітальних інвестицій у столиці засвідчує про значну централізацію розвитку креативної індустрії та необхідність прийняття раціональних заходів щодо зниження таких диспропорцій. Окрім міста Києва основними регіональними лідерами за обсягами освоєних капітальних інвестицій у секції інформація та телекомунікації є (у порядку спадання): Донецька, Дніпропетровська, Одеська, Львівська, Харківська області, на них припадає 14% від загальноукраїнського обсягу. За обсягом капітальних інвестицій у професійній, науковій та технічній діяльності першість належить таким областям (у порядку спадання): Полтавській, Запорізькій,



**Рис. 1 Структура освоєних капітальних інвестицій у креативній індустрії України, станом на 2016 р.**

*(Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції)\**

*\* Побудовано за даними: Державна служба статистики України*

Харківській, Львівській, Дніпропетровській, Київській, на які припало 20% від загального обсягу. А у секції мистецтво, спорт та розваги 26% від загальноукраїнського показника капітальних інвестицій припадало у 2016 р. на сім областей: Харківську, Львівську, Одеську, Донецьку, Дніпропетровську, Миколаївську, Кіровоградську. Попри різний перелік областей-лідерів за видами економічної діяльності креативної індустрії, слід зазначити присутність серед них Львівської області, яка утримує позиції лідера за трьома визначеними нами складовими креативного сектору. Велика роль у організації креативних індустрій належить місту Львів, де протягом останніх років активізувалися громадські діячі та міська влада і результатом їх консенсусу стали креативні простори, що ревіталізували колишні промислові зони міста, локалізували зацікавлених митців та бізнесменів. Так, серед таких креативних просторів Львова слід відмітити «!FESTrepublic», «Фабрика повидла», «Lem Station» завод «РЕМА», бізнес-центр «Промисловий», бізнес-сіті «Технопарк», а також ІТ-підприємства, які частково орендують колишні промислові об'єкти та ін. Новим креативним простором та проектом потужного львівського ІТ-кластеру у перспективі стане креативний квартал – Innovation District IT Park, територія площею 10 гектарів, на якій планується збудувати офіси для ІТ-компаній, лабораторії та навчальні корпуси для студентів, дитячий садочок, готель на колишній промисловій зоні. Такий квартал передбачає високу концентрацію установ та людського креативного капіталу для створення інноваційного продукту та промоції міста. Зазначимо, що сприятиме такому процесу формування креативних просторів Стратегія розвитку культури Львова до 2025 року, яка була розроблена Інститутом міста та прийнята у 2017 р. [10]. Попри

популяризацію культури, креативного сектору громадськості, міській владі та підприємницькому сектору варто розробити інвестиційну стратегію, оскільки на побудову нових креативних просторів потрібні значні інвестиції, як внутрішні так і зовнішні. Значно сприятиме розвитку креативної індустрії кластеризація цієї сфери, що призведе до стимулювання сфери високотехнологічних послуг, капіталізації інноваційних активів, активізації ділового й культурного туризму і рекреації, покращенню іміджу міста тощо.

Підсумовуючи вітчизняні особливості та враховуючі світові тенденції у розвитку креативної індустрії, нами визначено такі проблеми розвитку індустрії в Україні, вирішення яких знаходяться у інформаційній, організаційній, нормативно-правовій, статистичній, фінансово-економічній площинах.

Інформаційна проблематика полягає у слабкій поінформованості населення щодо важливої ролі діяльності форм просторової організації креативної індустрії для розробки позитивного іміджу, впливу на соціально-економічну ситуацію міста, регіону, ОТГ. Попри активність заходів з популяризації креативної індустрії у великих містах шляхом проведення Форумів креативних індустрій, конференцій, фестивалів, конгресів, майстер-класів, мешканці малих міст та сіл, ОТГ залишаються поза такою діяльністю, втрачаючи культурного туриста, можливості для збереження власної культурної ідентичності та відповідних знань у сфері культурного менеджменту.

Організаційна складова виражається у відсутності достатнього досвіду, ініціативності та готовності до співпраці для створення й управління формами просторової організації креативної індустрії. Для цього слід підтримувати розвиток професійної освіти у сфері культури та мистецтва, а також державну політику розвитку наукових досліджень у сфері культури та креативної індустрії [11, с.13].

Вітчизняне нормативно-правове поле не сприяє розвитку креативної індустрії, оскільки низка понять та організаційно-правових, просторових форм не визначено однозначно у вітчизняному законодавстві: креативні індустрії, креативний кластер, креативний хаб, креативні простори тощо. Вирішенню цієї проблеми покликаний проект Закону України про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») № 6738 від 17.07.2017 р., де передбачено визначення низки понять, складу видів діяльності креативної індустрії [12], який водночас містить низку недоліків і потребує доопрацювання до його прийняття [11]. Вважаємо за доцільне, окрім прийняття вищезазначеного проекту Закону України, внести правки до ст. 9 частини третьої Закону України «Про культуру» [13], тобто, доповнити існуючий перелік різних за формою та видами діяльності у сфері культури та креативу новими формами просторової організації: креативними кластерами, креативними хабами, креативними центрами, тощо.

Створення законодавчої бази у сфері дотримання прав інтелектуальної власності, які б відповідали сучасним європейським правовим нормам є також важливим завданням держави.

Статистична проблема полягає у тому, що для проведення моніторингу розвитку креативної індустрії, прийняття зважених рішень у культурній політиці слід оперувати офіційними статистичними показниками, які б відповідали європейським та світовим стандартам оцінки, що б уможливило проведення порівняльних досліджень розвитку вітчизняної креативної сфери та інших держав світу. Зазначимо, що проведене у 2017 р. дослідження «Індикатори впливу культури на розвиток» за методологією ЮНЕСКО вперше представило результати аналітичного огляду розвитку креативної індустрії України [14], та засвідчило про необхідність модернізації статистичного супроводу креативної індустрії. Слід також для проведення досліджень та налагодження контактів сформувати єдиний реєстр форм просторової організації креативного бізнесу, це уможливить співпрацю локальних підприємств малого і середнього бізнесу з великим, державними структурами та міжнародними організаціями.

Фінансово-економічна площина розвитку креативної індустрії полягає у відсутності дієвих механізмів державного, приватного фінансування, співфінансування креативних проектів, що ускладнює можливість участі вітчизняних проектів у грантових заявках ЄС, відлякує іноземних та вітчизняних венчурних інвесторів, не сприяє формуванню стартапів та акселераторів в креативній сфері. Як зазначають експерти, нові можливості для розвитку муніципальних закладів культури відкрилися в країні із процесом децентралізації. Прийняту практику утримання закладів культури за рахунок місцевих бюджетів варто доповнити такою формою, як культурне замовлення, – коли фінансування різноманітних проектів здійснюється на конкурсних засадах. Такий механізм сприятиме збереженню культурного розмаїття регіонів та забезпечить зв'язок регіональних програм із загальнодержавними [11, с. 4].

Важливим є стабілізація бюджетної підтримки шляхом закріплення гарантованих обсягів бюджетного фінансування культурної сфери.

Уряд України, розуміючи зростання значення та ролі культури, передбачив збільшення видатків з державного бюджету на культуру у 2018 р. на 52%, що загалом становить понад 6 мільярдів 100 мільйонів грн., у тому числі значна частка припадає у ньому на фінансування вітчизняної кіноіндустрії.

Окрім цього, вагомим завданням є сприяння реалізації інвестиційних програм у розвиток інфраструктури культурної сфери, а також підтримка розробки підзаконних актів, що визначають механізм реалізації норми Податкового кодексу України, згідно з якою створення, постачання, просування, реставрація та розповсюдження національного культурного продукту звільняється від сплати ПДВ. Для цього слід

пришвидшити підготовку та внесення до Верховної Ради України законопроекту «Про національний культурний продукт», що уможливить застосування зазначеної норми Податкового кодексу України [11, с. 13].

Вирішення зазначених проблем вимагає розробки і реалізації комплексної культурної політики, яка базуватиметься на заходах модернізації вітчизняної економіки на основі активізації ендегенного потенціалу креативної індустрії: реформування вітчизняного законодавства у сфері розробки пріоритетів креативного сектору; сприяння формуванню креативних кластерів і хабів, бізнес-інкубаторів та акселераторів для масштабування на інші регіони успішних практик, підвищення комунікативності та сприятливості середовища для залучення людського капіталу і захисту авторських прав; формування відкритих фахових мереж та асоціацій для популяризації й підтримки вітчизняного креативного продукту; стратегування та врахування ризиків розвитку для міського середовища при запуску креативних товарів та послуг, які полягають у надконцентрації креативного сектору, зростання диспропорцій у економічному розвитку регіону, поглиблення сегрегації. Перспективний розвиток форм просторової організації креативної індустрії повинен відбуватися на основі їх узгодженого і взаємодоповнюючого використання, з підтримкою тих форм ПОКІ, які сприяють, полегшують, забезпечують накопичення людського капіталу, здатні налагодити взаємодію корпорацій, малих і середніх підприємств, домогосподарств між собою, забезпечивши комплексне навчання учасників один у одного для доступу до нових знань, що є вагомим критерієм успіху співпраці у постіндустріальній економіці. Для високоурбанізованих територій характерним буде прояв постіндустріальних закономірностей локалізації форм ПОКІ, які виражаться в розміщенні нових економічних активів в містах-мільйонниках і їх найближчих передмістях, а тому слід розуміти про ймовірні ризики та поглиблення соціально-економічних диспропорцій серед регіонів, що варто враховувати при розробці нових стратегій розвитку креативної індустрії.

**Список використаних джерел**

1. Культура і креативність. Програма ЄС – Східного партнерства. – 2017. – Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu>
2. Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the Creative economy: towards informed policy-making. – United Nations, 2008. – P. 4.
3. Лошковська Х. С. Парадигмальний підхід до визначення індексної моделі креативності / Х. С. Лошковська // Бізнес Інформ. – 2015. – №5. – С. 41-45.
4. Тютин Д. В. Арт-конверсія російських територій: творческие индустрии как фактор пространственного социально-экономического развития муниципальных образований / Д. В. Тютин // Современные исследования социальных проблем: электрон. науч. журнал. – 2013. – №4(24). – Режим

доступа: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.939.2242&rep=rep1&type=pdf>

5. Суворова А. В. Пространственная организация экономической деятельности с учетом уровня креативности среды в регионе: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. В. Суворова. – Екатеринбург, 2014. – 20 с.
6. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы / Й. Клоудова // Журнал новой экономической ассоциации. – 2010. – № 5. – С. 109-124. – Режим доступа: ... [repec.org/opt/ReDIF/RePEc/.../2010-5-110-125r.pdf](http://repec.org/opt/ReDIF/RePEc/.../2010-5-110-125r.pdf)
7. Скиба М. Креативні індустрії в Україні: вистояти, просвітити(ся). – 2016. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/158758>
8. Щеглюк С. Д. Теоретичні підходи до типології просторових форм ділової активності / С. Д. Щеглюк // Регіональна економіка. – 2016. – №3. – С. 69-75.
9. Міністр культури України Євген Нищук привітав учасників Першої всеукраїнської науково-практичної конференції для голів ОТГ та міських голів малих міст України, що відбулась у Тульчині. – 2017. – Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/5796>
10. Стратегія розвитку культури Львова до 2025 р. – 2017. – Режим доступу: [www.city-institute.org/index.php/uk/strategii/33-culture-strategy](http://www.city-institute.org/index.php/uk/strategii/33-culture-strategy).
11. Валевський О. Актуальні проблеми правового забезпечення державної культурної політики: аналітична записка / О. Валевський; НІСД. – 2017. – Режим доступу: [www.niss.gov.ua/content/articles/files/kultur\\_polityka-845b5.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/kultur_polityka-845b5.pdf)
12. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») (№ 6738 від 17.07.2017). – Режим доступу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc2\\_5\\_1\\_J?ses=10009&num\\_s=1&num=6738&date1=&date2=&name\\_zp=&out\\_type=&id](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc2_5_1_J?ses=10009&num_s=1&num=6738&date1=&date2=&name_zp=&out_type=&id).
13. Закон України «Про культуру» № 2778-17 від 13.10.2017. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>.
14. Індикатори впливу культури на розвиток. Короткий аналітичний огляд щодо України. – 2017. – 47 с. – Режим доступу: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv\\_C&C\\_photo\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf).

**References**

1. Culture and creativity. EU-Eastern Partnership Program (2017). Retrieved from <https://www.culturepartnership.eu> [in Ukrainian].
2. Creative Economy Report (2008). The challenge of assessing the Creative economy: towards informed policy-making. United Nations, p. 4.
3. Loshkovskaya, Kh. S. (2015). Paradyhmal'nyy pidkhd do vyznachennya indeksnoyi modeli kreatyvnosti [Paradigm approach to the definition of the index model of creativity]. *Biznes Inform – Business Inform*, 5, 41-45.. [in Ukrainian].
4. Tyutin, D. V. (2013). Art-konversiya rossiyskikh territoriy: tvorcheskije industrii kak faktor prostranstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya munitsipal'nykh obrazovaniy [Art-conversion of Russian

territories: creative industries as a factor of spatial socio-economic development of municipalities]. *Sovremennyye issledovaniya sotsial'nykh problem – Modern research of social problems*, 24 (4), Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.939.2242&rep=rep1&type=pdf> [in Russian].

5. Suvorova, A. V. (2014). Prostranstvennaya organizatsiya ekonomicheskoy deyatel'nosti s uchetom urovnya kreativnosti sredi v regione [Spatial organization of economic activity, taking into account the level of creativity of the environment in the region]. (Master's thesis, Yekaterinburg, Russia). [in Russian].

6. Cloudova, J. (2010). Vliyaniye razvitiya kreativnoy ekonomiki na ekonomicheski otstalyye regiony [The influence of the development of the creative economy on economically backward regions]. *Zhurnal novoy ekonomicheskoy assotsiatsii – Journal of the New Economic Association*, 5, 109-124. Retrieved from ... [repec.org/opt/ReDIF/RePEc/.../2010-5-110-125r.pdf](http://repec.org/opt/ReDIF/RePEc/.../2010-5-110-125r.pdf). [in Russian].

7. Skyba, M. (2016). Kreatyvni industriyi v Ukraini: vystoyaty, prosvityty(sya) [Creative industries in Ukraine: to stand, to enlighten (see)]. Retrieved from <http://tyzhden.ua/Society/158758> [in Ukrainian].

8. Shcheglyuk, S. D. (2016). Teoretychni pidkhody do typolohiyi prostorovykh form dilovoyi aktyvnosti [The theoretical approaches to the typology of spatial forms of business activity]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 81 (3), 69-75. [in Ukrainian].

9. Ministr kul'tury Ukrainy Yevhen Nyschuk pryvitav uchastykiv Pershoyi vseukrayins'koyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi dlya holiv OTH ta mis'kykh holiv malykh mist Ukrainy, shcho vidbulas' u Tul'chyni [The Minister of Culture of Ukraine Yevhen Nyschuk congratulated the participants of the First All-Ukrainian Scientific and Practical Conference for heads of OTG and city mayors of small towns of Ukraine held in Tulchin]

(2017). Retrieved from <http://decentralization.gov.ua/news/5796>. [in Ukrainian].

10. Stratehiya rozvytku kul'tury L'vova do 2025 r. [Strategy of development of Lviv's culture till 2025] (2017). Retrieved from [www.city-institute.org/-index.php/uk/strategii/33-culture-strategy](http://www.city-institute.org/-index.php/uk/strategii/33-culture-strategy). [in Ukrainian].

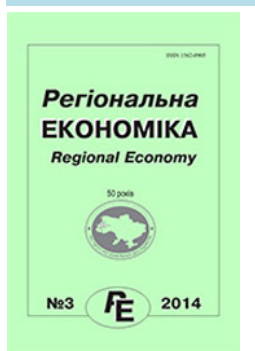
11. Valevsky, O. (2017). Aktual'ni problemy pravovoho zabezpechennya derzhavnoyi kul'turnoyi polityky [Topical Problems of Legal Provision of State Cultural Policy] Retrieved from [www.niss.gov.ua/content/articles/files/kultur\\_polityka-845b5.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/kultur_polityka-845b5.pdf) [in Ukrainian].

12. Suprime Council of Ukraine (2017). Proekt Zakonu pro vnesennya zmin do Zakonu Ukrainy «Pro kul'turu» (shchodo vyznachennya ponyattya «kreatyvni industriyi») [Draft Law on Amendments to the Law of Ukraine «On Culture» (Concerning Definition of «Creative Industries»)], adopted on 2017, Jul 17, 6738. Retrieved from [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc2\\_5\\_1\\_J? ses = 10009 & num\\_s = 1 & num = 6738 & date1 = & date2 = & name\\_zp = & out\\_type = & id](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc2_5_1_J? ses = 10009 & num_s = 1 & num = 6738 & date1 = & date2 = & name_zp = & out_type = & id) [in Ukrainian].

13. Suprime Council of Ukraine (2017). Pro kul'turu [On the Culture]. Law of Ukraine, adopted on 2017, October 13, 2778-17. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> [in Ukrainian].

14. Indykatory vplyvu kul'tury na rozvytok. Korotkyy analitychnyy ohlyad shchodo Ukrainy [Indicators of cultural influence on development. Brief analytical review of Ukraine] (2017). Retrieved from [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv\\_C&C\\_photo\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf) [in Ukrainian].

### Науково-практичний журнал «РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА»



Науково-практичний журнал «Регіональна економіка» – це фахове науково-практичне видання, у якому висвітлюються такі теоретичні та прикладні питання: формування і реалізація державної регіональної політики в Україні, проблеми соціально-економічного життя регіонів, їх територіального розвитку, природокористування та екологічної безпеки, соціальної політики, транскордонного співробітництва, розвитку сільських територій, інвестиційно-інноваційної політики, фінансів і банківської справи.

Журнал «Регіональна економіка» включений до Переліку наукових фахових видань України (Наказ МОН України від 7.10.2015 р. №1021).

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази **Index Copernicus**, Польща – з 2012 року.

Сайт журналу: [www.re.gov.ua](http://www.re.gov.ua)