

На початковому етапі становлення шерінгових онлайн-платформ вважалося, що їх діяльність повинна регулюватися так само, як і традиційні галузі; але в міру розвитку економіки спільного споживання стало зрозуміло, що такий підхід потребує коригування, оскільки він стримує впровадження інновацій, звужує споживчий вибір і обмежує конкуренцію. Незважаючи на деякі зміни в нормативно-правовій базі, до сих пір спостерігається відставання регуляторного середовища від динаміки розвитку шерінгової економіки, що створює додаткові ризики для бізнесу.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Botsman R., R. Rogers. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Harper Business, 2010. 304 p.
2. PricewaterhouseCoopers. The Sharing Economy. Consumer Intelligence Series. PwC, 2020. URL: <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>
3. Rinne A. 4 big trends for the sharing economy in 2020. April Rinne. 2020. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/sharing-economy/>

*Шманько Софія*

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

З кінця ХХ – початку ХХІ ст. відбувається глобалізація світової економіки. На зміну традиційним виробництвам прийшла епоха сфери послуг та інновацій, в основі яких лежить людський капітал, креативність та творчий потенціал.

Практика розвинених постіндустріальних країн свідчить про те, що креативність є атрибутом розвитку нової економіки та стає основою їхнього економічного зростання.

Вперше поняття «творчі індустрії» чи «креативні індустрії» були визнані та використані у Великобританії. Креативні індустрії – це ті галузі економіки, які ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланті, що мають потенціал для створення доданої вартості і нових робочих місць шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності [1].

Міністерством культури, медіа та спорту Великобританії у 1998 р. було здійснено поділ галузей, які можна віднести до сектору креативних індустрій. Проте, більш використовуваною та визнаною є модель UNSTAD, що згрупувала усі креативні індустрії на чотири групи:

1) Культурна спадщина: традиційна культура (ремесла, фестивалі тощо); культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки, місця розкопок тощо).

2) Мистецтво: образотворче мистецтво (скульптура, фотографія тощо); виконавче мистецтво (вокал, драматичне мистецтво тощо).

3) Медіа: публікації та видавництво; аудіовізуальні твори (фільми, телебачення, радіомовлення); нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо).

4) Функціональний креатив: дизайн (архітектура, іграшки, ювелірні вироби); креативні послуги (реклама, цифрові й культурні послуги) [2, с.8].

В умовах науково-технічного прогресу важливого значення набуває використання креативного мислення та інноваційних технологій. Креативне підприємництво повинне ґрунтуватись на творчо-креативних началах, а також включати в себе економічні, соціальні та культурні чинники.

Креативні чи творчі індустрії на сьогодні є провідним сектором сучасної економіки. Нині світовий товарообіг креативної продукції та послуг за останні десять років більше ніж подвоївся, й досяг рекордної суми в 624 млрд. доларів США. Поряд з економічними вигодами креативна економіка створює також і нематеріальні цінності, які відіграють чималу роль у забезпеченні сталого розвитку, орієнтованого на людину [3].

Креативна індустрія може сприяти економічній реінтеграції. Так, наприклад, місто Ліверпуль надає допомогу понад 200 творчим організаціям, починаючи від Ліверпульського філармонічного оркестру і театру Everyman («Театру для всіх») та закінчуючи малими творчими підприємствами місцевого рівня.

Наприкінці 2000 року уряд Китаю на з'їзді Комуністичної партії включив розвиток творчих індустрій до переліку рекомендацій до п'ятирічного плану розвитку країни [4, с. 116]. Проте в КНР метою розвитку творчих індустрій є не збільшення кількості робочих місць чи «відновлення» міст, а створення інновацій. Основний акцент в розвитку творчих індустрій робиться на програмне забезпечення, мультимедіа, 3D-технології, рекламу та інші види інтелектуальних продуктів.

Україна знаходиться на початковому етапі розвитку креативної економіки. До ключових проблем можемо віднести відсутність інформації про культурні та креативні індустрії, застаріле сприйняття та розуміння культури. Тому основними завданнями для нас є розробка культурної політики в Україні через залучення зарубіжних фахівців, фінансування культури та стимулювання міжнародного співробітництва.

Міжнародний досвід розвинених країн свідчить про значний внесок креативних індустрій у глобальну економіку, забезпечуючи не лише зростання економічної функції, але і підвищення соціального добробуту населення.

Креативні індустрії – це новий динамічний трансформаційний сектор сучасної економіки, який поєднує людський, культурний, соціальний та інвестиційний капітал. Стрімкий розвиток ринку креативних індустрій вимагає від країн високих адаптаційних здібностей, виявлення креативного потенціалу та започаткування інновацій.

**Перелік використаних джерел:**

1. Creative Industries Mapping Documents 2001. DCMS URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> (Last accessed 24.03.2021).
2. UN Creative economy report (2010) «Creative economy: a feasible development opinion». URL: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf). (Last accessed 22.03.2021).
3. Креативная экономика – двигатель и катализатор устойчивого развития: по данным центра новостей ООН URL: <http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=20605#.Wf7VyrVLdWE>. (дата звернення 23.03.2021).
4. Зеленцова Е. Творческие индустрии. Теории и практики [Текст]: Учеб. пособ. М.: Классика-XXI, 2010. 240 с.