Вітишин Ольга
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Глобалізація, науково-технічний прогрес та інформатизація суттєво змінили сучасний світ, що супроводжується виникненням нових інструментів та механізмів економічного розвитку, формуючи інноваційне суспільство. Його основним вектором руху на початку XXI століття є пошук новизни і креативних способів реагування на виклики глобалізованого світу. Сама ж економіка багатьох держав зазнає суттєвих структурних трансформацій: традиційні галузі замінюються сферою послуг та інновацій, ознаменувавши перехід цивілізації до економіки знань, де особлива роль відводиться креативності.

Творче начало і культура є ресурсами, якими володіє будь-яка держава. Саме зростання попиту на продукцію креативного (творчого) виробництва стало основою для виникнення так званих креативних індустрій. Це, у свою чергу, перетворює креативні індустрії чи не в найбільш прогресивні із всіх «новонароджених» галузей світової економіки.

Поняття креативних індустрій зародилося у Великобританії в 1998 році. В цей же час вперше закріплено офіційне визначення «креативні індустрії», яке досі є найбільш відомим і загальноприйнятим, згідно з яким креативні індустрії – це та діяльність, в основі якої знаходиться індивідуальне творче начало, навик або талант, і яка може створювати додану вартість і робочі місця через виробництво і експлуатацію інтелектуальної власності [1].

Креативні індустрії формуються на перетині мистецтв, культури, бізнесу та технології. Іншими словами, вони складають цикл створення, виробництва і розподілу товарів і послуг, які використовують інтелектуальний капітал як їх первинний внесок. Сьогодні креативні індустрії передбачають взаємодію традиційних технологій, орієнтованих на технології та послуги підсекторів. Вони складаються з народного мистецтва, фестивалів, музики, видавництва книг, образотворчого та акторського мистецтва до більш інтенсивних підсекторів, таких як кіноіндустрія, мовлення, цифрова анімація та відеоігри, а також більш орієнтованих на обслуговування сфер, як архітектурні та рекламні послуги. Всі ці заходи інтенсивні у творчих навичках і можуть генерувати дохід через торгівлю і право інтелектуальної власності.

Специфіка креативних індустрій проявляється в особливостях фінансування креативних проектів. Креативні індустрії створили нові способи виробництва – краудсорсинг (залучення споживачів у виробництво продукту) і краудфандинг (залучення споживчого фінансування на спеціальних краудфандингових платформах) [2, с. 203].

У багатьох країнах креативні індустрії стають найважливішим сектором економіки, а також є важливим іміджевим механізмом, який має символічне значення для держав і регіонів. Наприклад, покращення іміджу країни на міжнародному рівні тягне за собою пожвавлення туристичної галузі та, як наслідок, додаткові грошові кошти.

Отже, креативні індустрії, по-перше, сприяють мобільності, виходу на міжнародний ринок, застосовуючи різні резерви, створюють проектне мислення, допомагають розвивати індивідуальність особи і довіри в соціумі, а по-друге – допомагають підтримувати і розвивати культуру, традиції та історію.

Вчені регулярно нагадують, що незабаром комп'ютер у багатьох сферах діяльності зможе замінити людину. Понад 35% сучасних професій через 25 років механізуються. Водночас, люди в креативних індустріях (художники та інші творчі професії) не зможуть бути замінені роботами. Якщо інвестувати в свої креативні здібності, то є шанси, що професія буде жити набагато більше. Це і є найбільшою перевагою для залучення інвестицій соціальних підприємців в креативний сектор.

Перелік використаних джерел:

1. DCMS. Creative Industries Mapping Document. London: Department of Media, Culture and Sport. 1998.

2. Сидорня А. А., Романенко М. В. Краудфандинг как эффективный инструмент развития молодежных медиастартапов. *Молодой исследователь Дона.* 2017. № 4 (7). С. 202–208.

Галько Оксана
Західноукраїнського національного університету
м. Тернопіль

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

З розвитком ринкових відносин та посиленням ринкової конкуренції перед керівниками суб'єктів господарювання постало питання ефективного управління підприємством, що дозволило б забезпечити його стійкими конкурентними перевагами.

У науковій літературі зустрічається безліч визначень поняття конкурентоспроможності підприємства, проте термінологія теорії конкурентоспроможності не стандартизована і на сьогодні в літературі не існує загальноприйнятого й універсального визначення. Частина дослідників вважає, що конкурентоспроможність підприємств – категорія, яка прямо визначається характеристиками їх продукції. Інші дослідники беруть за основу ефективність виробничого процесу чи стратегічного планування розвитку підприємств, їх