

НАПРЯМ 8. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-391-3-36>

ІМАНЕНТНІ РИСИ РИНКУ КРЕАТИВНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Вербицька Олена Олександрівна

*аспірантка кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Сучасна конфігурація світового господарства дедалі більшою мірою набуває чітко виражених рис і характеристик глобальної економіки знань технотронно-мережевого типу, невід'ємним компонентом якої є креативна економіка. Головними рушійними силами формування та динамічного розширення в останні десятиліття у світогосподарській системі сектору креативних індустрій є, з одного боку, глибока конвергенція виробництва і соціуму, а, з другого – неухильне вивільнення сукупної робочої сили з традиційних індустріальних секторів національних економік держав та її активний перерозподіл на користь сервісних секторів. Якщо характеризувати конвергенцію виробництва і соціуму, то слід відзначити, що вона пов'язана, головним чином, з системною цифровою трансформацією усіх форм людської життєдіяльності та динамічною розбудовою соціальних мереж, котрі у своїй сукупності спричиняють розбудову у глобальних координатах якісно нових каналів масового ринкового збуту креативної продукції. Завдяки їм потужних імпульсів розвитку здобувають креативні бізнес-моделі маркетингової діяльності компаній [1, с. 50] в якості інноваційних інструментів створення ними споживчої цінності та її донесення до своїх клієнтів.

Інакше кажучи, головними іманентними рисами ринку креативної продукції є, з одного боку, стабільний (тобто, незалежний від поточної фази національних бізнес-циклів) характер формування ринкового попиту на неї, а, з другого – задоволення попиту на креативні товари і сервіси переважно за рахунок внутрішніх споживчих ринків країн. Зазначене обумовлює також чітко виражену антикризову спрямованість функціонування глобального ринку креативної продукції, яка виявляється у його здатності забезпечити «підключення» національних економік до чергової хвилі економічного зростання та їх оперативне реагування на глобальні виклики науково-технологічного і соціального прогресу.

Що ж стосується перерозподілу робочої сили на користь сервісних секторів світового господарства в якості рушійної сили динамічної розбудови креативних індустрій, то саме він створив в останні десятиліття усі необхідні умови для господарської діяльності, базованої на індивідуальному творчому потенціалі, креативних навичках і талантах економічних суб'єктів, а також здатної продукувати додану вартість та створювати нові робочі місця на основі експлуатації об'єктів інтелектуальної власності. Звернімося до цифр: світова частка зайнятих у сфері послуг зростає у період 1960–2022 рр. з 23 [2, с. 98] до 50% загальної зайнятості [3]. Як показують дані, питома вага сфери послуг у валовій доданій вартості несільськогосподарського бізнес-сектору Сполучених Штатів Америки зростає з 26% у 1980 р. до майже 40% у 2015 р. Це свідчить про перехід американської економіки за вказаний період від економічної моделі з пануючим виробничим сектором до економіки послуг. Даний тренд набуває ще більш кристалізованих форм прояву при аналізі динаміки зайнятості: у 1980 р. вона становила у сервісному секторі 35%, тоді як у 2015 р. – майже 60%.

За своїм економічним змістом креативні індустрії втілюють у собі ніщо інше як господарську діяльність, базовану на використанні людських знань, талантів, новаторських ідей і творчого потенціалу, а також впроваджувану на основі корпоративних стратегій і бізнес-моделей максимізації прибутку способом їх тотальної ринкової комерціалізації, коммодифікації та глобальної стандартизації. Оскільки результатом їх функціонування є матеріалізація нових оригінальних ідей і задумів у сфері досліджень і розробок (ДіР), бізнесу, мистецтва, культури та дизайну, то креативні індустрії по праву вважаються одним з найдинамічніших структурних сегментів світової економіки з погляду як створення нових робочих місць та нагромадження інвестиційного капіталу, так і генерування суб'єктами господарювання доходів та нарощування ними обсягів експортних поставок продукції на світові ринки [4, с. 31–32].

Відокремившись буквально кілька десятиліть від секторів реальної економіки та здобувши незалежний статус, креативні індустрії у своїй сукупності репрезентують ті сектори національних економік держав, котрі базуються на творчій активності індивідуумів. Відтак – головними їх продуктивними силами є, з одного боку, людська творчість та знання, а з другого – креативні підприємства в якості ключових виробничих майданчиків їх реалізації. Цілком природно, що змістовно-сутнісна ідентифікація креативних індустрій не є чітко фіксованою і детермінованою, а включає доволі широкий спектр об'єктів, артефактів та видів підприємницької діяльності, базованих на генеруванні і поширенні знань та інформації.

Наголосимо у цьому зв'язку, що кожен з видів креативної діяльності, забезпечуючи суттєву диверсифікацію форм творчого самовираження економічних суб'єктів, характеризується притаманними лише йому моделями створення, ринкового збуту та споживання креативних продуктів, а також домінуючими типами їх комерціалізації залежно від внеску того чи іншого виду креативних індустрій у виробництво ВВП та сукупну зайнятість. Важливо також зазначити, що, на відміну від суто виробничих секторів економіки, креативні індустрії виходять далеко за межі стадій виробництва і ринкового збуту промислових товарів та базуються на культурних і мистецьких цінностях, індивідуальних і колективних творчих ресурсах, а також самовираженні й ідентичності окремих творчих індивідуумів. Саме зазначеними чинниками обумовлюється неповторний, вищою мірою унікальний і надскладний характер творчої праці, завдяки якій продукуються різні за вартістю креативні товари і послуги.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л.І. Теоретичні конструкції креативної економіки. *Економічна теорія та право*. 2017. № 4 (31). С. 48–63.
2. Baum S. The World's Labour Force and Its Industrial Distribution, 1950 and 1960. URL: [https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09602/09602\(1967-95-1-2\)96-112.pdf](https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09602/09602(1967-95-1-2)96-112.pdf) (дата звернення: 16.03.2024).
3. Employment in services (% of total employment) (modeled ILO estimate). The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.SRV.EMPL.ZS> (дата звернення: 16.03.2024).
4. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. Концепт креативної економіки, глобальні тренди, потенціал та перспективи розвитку креативної економіки в Україні. URL: https://creativeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf (дата звернення: 16.03.2024).