

ЕТАПИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО КРЕАТИВНОГО БІЗНЕСУ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ КОНТЕКСТ

Любченко Андрій Олексійович

аспірант,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Питання розвитку креативного бізнесу в світі та в ЄС є надзвичайно актуальним у контексті формування інноваційної економіки, трансформації ринків, а також зміни парадигм споживання та виробництва культурного продукту. Щоб максимально повно розкрити цю тему, необхідно розглянути історичну динаміку, інституційні, економічні та соціальні передумови, а також еволюцію політики підтримки креативної економіки на глобальному і європейському рівнях (табл. 1).

Початковий етап: культурна індустрія як основа (кінець XIX – середина XX ст.). На цьому етапі передумовами для виникнення креативного бізнесу були індустріалізація, урбанізація та ствердження масової культури. Зароджуються перші галузі культурної індустрії – видавнича справа, кіно, радіо, музика. У 1940-х роках Франкфуртська школа вперше теоретично окреслила поняття «культурної індустрії», де акцентувалася комерціалізація культури як товару. У США активно розвивається Голлівуд – яскравий приклад культурної індустрії, яка поєднала мистецтво, технології та ринок. У Європі до Другої світової війни культурні індустрії існували радше у формі державної чи елітарної підтримки мистецтва.

Перехід до креативної економіки (1970–1990-ті роки). Зі зростанням значення інформації та інтелектуальної праці у глобальній економіці починається переосмислення ролі творчості як економічного ресурсу. Британський уряд у 1997 році одним з перших офіційно закріплює поняття «креативні індустрії», включаючи 13 секторів – від музики й моди до реклами, архітектури й відеоігор.

У країнах ЄС, зокрема у Великій Британії, Нідерландах, Швеції, Франції, Німеччині, починають формуватися креативні кластери, культурні хаби, зони креативного підприємництва (як приклад – лондонський район Shoreditch) [1].

3. Інституціоналізація креативного бізнесу (2000–2010-ті роки). У цей період відбувається активне оформлення креативного бізнесу як окремої галузі економіки з чіткими індикаторами та політикою підтримки.

Таблиця 1

Етапи розвитку міжнародного креативного бізнесу

Етап	Період	Характеристика	Особливості в ЄС
1. Культурна індустрія	Кінець XIX – 1950-ті	Початок комерціалізації культури. Масове виробництво культурного продукту.	Культура фінансується державою або меценатами. Культурна політика орієнтована на збереження спадщини.
2. Перехід до креативної економіки	1970–1990-ті	Визнання творчості як економічного ресурсу. Початок державної підтримки креативних секторів.	Великобританія — лідер у формуванні політики; створення креативних кластерів (Лондон, Берлін)
3. Інституціоналізація	2000–2010-ті	Розробка політик, стратегій, фінансових механізмів підтримки. Зростання ролі цифрового контенту.	Програма “Creative Europe”; інтеграція креативних індустрій у стратегії смарт-спеціалізації; розвиток культурних хабів
4. Цифрова трансформація	2010–2020-ті	Перехід до цифрових моделей. Глобальні платформи. Нові формати монетизації.	ЄС посилює регулювання цифрового ринку; рамкова програма «Horizon Europe» фінансує цифрову креативність; посилення міжсекторальності
5. Стійкий розвиток і соціальна орієнтація	2020-ті – сьогодні	Фокус на сталості, інклюзії, соціальному впливі, ESG. Нові формати культурного виробництва.	Креативність як інструмент соціальної згуртованості; підтримка зеленої культури та етичного дизайну; інституційна інтеграція до «Європейського зеленого курсу»

Глобальні тенденції:

- у 2008 році UNCTAD публікує звіт «Creative Economy Report», у якому креативні індустрії визначено як один із ключових драйверів розвитку країн, зокрема тих, що розвиваються;

- розвиваються цифрові платформи (YouTube, Spotify, Amazon), що дають змогу мільйонам креаторів монетизувати свій контент;

- економіка вражень (experience economy) сприяє зростанню попиту на унікальний, персоналізований культурний продукт.

Європейський Союз:

- у 2010-х роках ЄС впроваджує програму “Creative Europe”, яка фінансує кіно, телебачення, культурні проєкти та креативні стартапи;

- розробляються Smart Specialisation Strategies (S3), які включають креативні індустрії до регіональних стратегій розвитку.

- збільшується роль міжсекторального підходу: креативність стає важливим компонентом інновацій у сфері ІТ, туризму, урбаністики, освіти [2].

Стадія цифрової трансформації та глобального масштабування (2010–2020-ті роки). Цей етап характеризується інтенсивною цифровізацією та переходом до глобального креативного підприємництва. З'являються нові бізнес-моделі, що базуються на підписах, краудфандингу, NFT, метавсесвітах, гейміфікації. Креативний бізнес стає складовою інноваційної екосистеми, об'єднуючи дизайнерів, програмістів, митців, аналітиків. Зростає вплив соціальних мереж та платформ – TikTok, Instagram, Patreon стають бізнес-інструментами для креаторів.

У ЄС посилюється фінансова підтримка у рамках Європейського фонду регіонального розвитку та рамкової програми “Horizon Europe”. ЄС приймає нові регуляторні документи щодо захисту авторського права у цифровому просторі та розвиваються цифрові платформи для поширення культурного продукту на єдиному європейському ринку. Кластерна політика підтримує розвиток творчих хабів, цифрових лабораторій, FabLab-ів, мистецьких інкубаторів.

Етап сталого розвитку та соціальної орієнтації (з 2020-х років). Новий етап розвитку креативного бізнесу пов'язаний із викликами пандемії COVID-19, переходом до зеленої економіки та посиленням уваги до соціального впливу креативного сектору. Зростає роль соціального підприємництва, етичного дизайну, інклюзивної творчості, запроваджуються принципи ESG (Environmental, Social, Governance) у практику креативних підприємств. Креативні індустрії дедалі частіше розглядаються як засіб локального розвитку, соціальної згуртованості та інклюзії [3].

У ЄС Стратегія “New European Bauhaus” (ініціатива Європейської комісії) інтегрує креативність, сталий розвиток і соціальну справедливість у проектування життєвого середовища. Підтримуються ініціативи з цифрового мистецтва, екологічного дизайну, культурної дипломатії. Стає актуальним розвиток економіки знань та культурної спадщини на основі цифрових технологій (AR/VR, штучний інтелект у мистецтві тощо).

Отже, розвиток креативного бізнесу пройшов шлях від локальних культурних практик до глобалізованої індустрії, що генерує мільярдні доходи та формує нову економіку знань. У ЄС розвиток креативних індустрій тісно пов'язаний з політикою інновацій, регіонального розвитку, цифровізації та соціальної інтеграції. Сьогодні креативний бізнес – це не лише про культуру, але й про технології, сталий розвиток, соціальну відповідальність та глобальні виклики.

Список використаних джерел:

1. Жулід-Христосенко Ю. О. Розвиток креативних індустрій у європейському союзі. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2016. № 2 (1). С. 11–15. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirgr_2016_2\(1\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirgr_2016_2(1)_4)
2. Миколенко Е. П. Аналіз динаміки інтелектуалізації економічної моделі ЄС. *Бізнес Інформ*. 2015. № 6. С. 15–21.
3. Скавронська І. В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського союзу. *Тернопільський національний економічний університет*. 2016. № 4. С. 201–204.
4. Скавронська І.В., Гончарук А. О. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 201–204. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_50