

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ: РЕАЛЬНІСТЬ ЧИ ПЕРСПЕКТИВА? CREATIVE ECONOMY IN UKRAINE: REALITY OR PERSPECTIVE?

УДК 332.133

Сотнікова Ю.В.,

к.е.н., доцент кафедри
управління персоналом
та економіки праці

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

У статті наведено сучасні підходи до визначення терміну «креативна економіка». Проведено аналіз регіонів України за методикою оцінки рівня креативності Р. Флоріди – за індексами таланту, технології та толерантності. Проведено кластерний аналіз регіонів за означеними індексами та визначені регіони з високими показниками креативності; регіони, що мають потенціал розвитку та регіони-аутсайтери.

Ключові слова: Креативна економіка, індекс креативності, індекс таланту, індекс толерантності, індекс технологій.

В статье приведены современные подходы к определению термина «креативная экономика». Проведен анализ регионов Украины по методике оценки уровня креативности Р. Флориды – по индексам таланта, технологий и толерантности. Проведен кластерный анализ регионов по указанным

индексам и определены регионы с высокими показателями креативности; регионы, имеющие потенциал развития и регионы-аутсайдеры.

Ключевые слова: Креативная экономика, индекс креативности, индекс таланта, индекс толерантности, индекс технологий.

The modern approaches to the definition «creative economy» has been presented. The analysis of the Ukraine regions by the R. Florida's method of assessing the level of creativity has been proposed. The cluster analysis of regions in definite indices has been conducted and the regions with high levels of creativity; regions with growth potential regions-outsiders have been defined.

Key words: Creative economy, the index of creativity, talent index, index of tolerance index of technology.

Постановка проблеми. Четверта хвиля розвитку економіки, на думку сучасних дослідників, саме творча. Після завершення ери індустріального розвитку і переходу людства на інші системи, економіка перестала повністю базуватися на послугах, а основою стає творчість, створення нового. Творча (креативна) складова в даний час стає головною вимогою для конкурентоспроможності будь-якого підприємства. Глобалізація, яку ми спостерігаємо, підвищує масштаби і вимоги до бізнесу, оскільки маркетинг, закупівлі, виробництво, НДДКР, дистрибуція і логістика націлені на загальносвітові ринки. Управління творчою та інноваційною діяльністю стає найважливішою складовою діяльності будь-якої сучасної організації.

Ще недавно йшлося про економіку, як про економіку знань, економіку інформаційну, сьогодні ж мова йде про економіку креативну, що використовує досягнення економіки знань, засновану насамперед на матеріалізації нових ідей і задумів. Креативна економіка – це економіка творчого сектора, до якого належать в основному процеси, що відбуваються у сфері послуг, однак, результати діяльності в цій сфері можна виявити практично у всіх галузях економіки. Вона спирається на значну питому вагу креативного класу, який вважається мотором інновацій і нових підходів як у сфері науково-дослідницької діяльності, так і в області бізнесу, мистецтва, культури або дизайну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Одними з перших, хто у своїх роботах торкнувся теми креативної економіки, були Дж. Хоукінс (Howkins, 2001) і Р. Флоріда (Florida, 2002). Як пише Р. Флоріда: «...сучасна економіка по суті є креативною економікою. Я, безумовно, згоден з тими, хто каже, що розвинені країни переходять до типу економіки, заснованої на інформації і керованої знаннями...» [1, с. 58]. Він стверджує, що креативність вже давно вийшла

за рамки індивідуума і тепер виступає в якості найбільш важливого ресурсу економіки, оскільки дає змогу поєднати бізнес, культуру та інновації. Він стверджує, що саме креативність, а не інформація чи знання, відіграє ключову роль у сучасному процесі соціально-економічного розвитку. Однак, якщо Флоріда визначає креативну економіку на основі професій (роду занять), то Хокінс ділить її на п'ятнадцять галузей «креативної індустрії», що включають програмування, дослідження і конструкторські розробки, а також індустрії креативного змісту, такі, як кіно і музика. Ці індустрії виробляють інтелектуальну власність у вигляді патентів, авторських прав, торгових марок і оригінальних розробок. Приблизний річний дохід від цих п'ятнадцяти креативних галузей за 1999 рік Хокінс оцінює у 2,24 трлн. доларів [1, с. 59].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз регіонів України за рівнем креативності за методикою, запропонованою Р. Флорідою.

Виклад основного матеріалу. У даний час поняття «креативна економіка» нерідко ототожнюється з поняттям «економіка знань». При цьому мова йде про особливий сектор економіки, заснований, перш за все, на різних видах інтелектуальної праці [2]. Подібне тлумачення є справедливим лише певною мірою. Разом з тим, на думку провідних вітчизняних і закордонних авторів, обмежувати креативну економіку тільки за даною ознакою недостатньо [3].

До інших ознак креативної економіки ряд авторів справедливо відносять, так зване креативне мислення, креативне проектування, що мають практичну спрямованість. Разом з тим, слід зазначити, що креативна економіка, заснована на інтелектуальній праці, творчому креативному підході, має місце не тільки в соціально орієнтованих і соціально значущих сферах діяльності. Явний її вияв (як генерування і реалізація нестандартних ідей) спостерігається все більшою

мірою в розширенні масштабів тіньових, корупційних, кримінальних соціально-економічних процесів. Найбільш яскраво ці процеси виявляються останнім часом у науково-освітньої, інноваційній діяльності, в охороні здоров'я, будівництві, житлово-комунальному господарстві, міграційних, екологічних та інших напрямках соціально-економічного розвитку [3].

Таким чином, креативна економіка – це сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, які забезпечать ефективне розв'язання соціально-економічних проблем на основі нових знань, принципово якісно нових рішень [3].

В якості інтегральної величини, яка характеризує рівень креативності економік різних країн світу, Р. Флоріда запропонував глобальний індекс креативності, який обчислювався на основі трьох коефіцієнтів – технології, таланту і толерантності [1, с. 63]. У результаті, Україна посіла 27 місце (за фактором «талант» – 19 місце), а перші три – Швеція, Японія та Фінляндія. Це непоганий результат, зважаючи, що основним експортним сектором економіки України є важка промисловість. Такий високий показник одержано переважно за рахунок великої частки населення з вищою освітою [4].

За індексом технологій Україна посідає 28-ме місце. Це свідчить про те, що рівень нових розробок у нашій країні є значно нижчим, ніж кількість людей, які потенційно можуть ці розробки здійснювати. Найнижчий показник – рівень толерантності. Україна в цьому списку посідає 33 місце, а за рівнем самовираження – 44-те із 45 країн. Для нашого суспільства характерним є бажання спрямувати поведінку кожного у певне русло стандартів, у той час, коли творчому суспільству властиві зовсім інші риси. В Україні в плані толерантності є ще одна проблема – дистанція влади. Власне особливості української моделі менеджменту в контексті національного менталітету зумовлюють риси великої владної дистанції. Критикувати викладача у присутності інших, перечити йому не прийнято, спілкування ініціюється виключно викладачем, а інтелектуальна дискусія між ним і студентом може сприйматися, як неповага. У нашій країні переважає колективізм, а отже, метою суспільства є не самореалізація кожного, а досягнення консенсусу. Рівень ієрархічності обернено пропорційний рівню творчості суспільства, а ієрархічність відчувається повсякчасно. У вітчизняній організації важливіше значення у стосунках відіграють моральні цінності (пошана, толерантне ставлення до керівника), аніж формування авторитету за рахунок фаховості. Тому типовою проблемою для вітчизняних викладачів є розморожування аудиторії: студенти соромляться висловити власну думку, навіть тоді, коли їм ставлять пряме запитання. Ці фактори належать до національно-культурних і психологічних, вони

становлять наші ціннісні орієнтації та переконання. Саме тому змінити показник толерантності надзвичайно складно [4].

Такі значення індексів таланту, технології і толерантності свідчать про наявність резервів розвитку рівня креативності в економіці нашої державі для того, щоб бути конкурентоспроможною на міжнародному ринку товарів та послуг. Значні резерви пробудження творчої активності та інноваційності місцевої громади закладені в регіональних і муніципальних інструментах підтримки малого і середнього бізнесу, формування інтелектуальних територій, поліпшення людського капіталу, сприяння культурному і духовному різноманітності і стимулювання творчої діяльності місцевої громади. Однак, творчий та інноваційний потенціал у регіонах України є далеко неоднаковим, що робить доцільним проведення аналізу регіонів України за основними показниками креативності, запропонованими Р. Флорідою. Цей аналіз дозволить виявити регіони України, що мають високий творчий потенціал, виявити приховані резерви економічного зростання.

Пряме перенесення методики Р. Флориди для дослідження вітчизняних регіонів за рівнем креативності є неможливим, оскільки по ряду найважливіших показників моніторинг у нашій країні не ведеться (рівень толерантності регіональних спільнот, можливість самовираження і т.д.); існує проблема інформаційної сумісності міжнародних показників і тих, що відслідковуються в Україні (наприклад, кількість людей, зайнятих у креативних сферах діяльності). Для максимально достовірного формування індексів таланту, технологій та толерантності, автором було використано статистичні дані Державного комітету статистики України (Статистичні збірники «Економічна активність населення», «Наукова та інноваційна діяльність України», «Населення України») [5,6,7]. Автором було запропоновано нові показники, що, на нашу думку, більш реально відображають українські реалії, ніж показники, запропоновані Р. Флорідою та за якими ведеться статистичний облік.

Так зведений індекс таланту представляє собою середнє арифметичне індексів креативного класу, людського капіталу та наукового таланту. Зупинимось більш детально на кожному з цих індексів. Флоріда відносить до індустрій креативної економіки наступні [1, с. 58]: НДДКР, видавничу справу, програмне забезпечення, телебачення і радіо, дизайн, музику, кіно, ігри, рекламу, архітектуру, виконавчі мистецтва, моду. В Україні ведеться облік щодо кількості зайнятих з перелічених індустрій тільки за наступними напрямками: професійна та наукова діяльність; інформація та телекомунікації; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок. Саме кількість зайнятих працівників за цими видами економічної діяльності було покладено в основу розрахунку індексу креативного класу [5].

Регіони лідери за індексом креативного класу (Харківська, Дніпропетровська, Київська, Львівська та

Одеська області) мають диверсифіковану структуру економіки з високим рівнем розвитку сектору послуг, а також великою кількістю навчальних закладів та ВНЗ, де сконцентрована більшість представників креативного класу.

Відповідно до методики Флориди, індекс людського капіталу розраховувався, як питома вага зайнятих, які мають повну вищу та базову вищу освіту.

Індекс наукового таланту розраховувався, як кількість дослідників, що працюють в даному регіоні. Безперечним лідером за індексом наукового таланту є Харківська область, на другому місці – Дніпропетровська, на третьому – Львівська.

Зведений індекс технологій є середнім арифметичним індексів інвестицій в науку та індексу інновацій. Перший розраховувався, як валові витрати на виконання наукових робіт (рис. 4).

Цей показник є загальноприйнятим для вимірювання наукоємності національних економік і активно використовується в міжнародних аналітичних порівняннях, що проводяться ООН та Євросоюзом.

В основу розрахунку індексу інновацій покладено сумарний індекс інновацій, який розраховано відповідно до Методики розрахунку сумарного індексу інновацій, затвердженої наказом Держкомстату та який представлений у статистичному збірнику «Наукова та інноваційна діяльність України» [6].

Індекс толерантності, згідно з методикою Р. Флориди, інтегрує два показники: індекс цінностей і індекс самовираження. Перший відображає ступінь протистояння між традиційним і сучасним товариствами, готовність спільноти сприймати нові ідеї; другий – якість життя, демократичність суспільства, терпимість до мігрантів, національних меншин і т.д.

Моніторинг цих показників у регіональному розрізі в Україні не ведеться. Саме тому в якості показників, які доцільно покласти в основу розрахунку індексу цінностей, автором запропоновано наступні:

- відношення тривалості пошуку роботи жінок до чоловіків, що характеризує проблему гендерної рівності на вітчизняному ринку праці;

- кількість зареєстрованих колективних угод, що характеризує ступінь реалізації відносин соціального партнерства на вітчизняних підприємствах.

У якості показника, що покладений в основу розрахунку індексу самовираження, автором було обрано кількість прибулих мігрантів у той чи інший регіон, виходячи з гіпотези про те, що найбільш відкриті і толе-

рантні території залучають більшу кількість зовнішніх мігрантів (з інших регіонів країни і з-за кордону), яка була запропонована А. Пілясовим та О. Колесніковою [8].

Розраховані зведені індекси таланту, технологій та толерантності були покладені в основу кластерного аналізу регіонів України за рівнем креативності. Кластеризація за методом дальнього сусіда та Уорда показала наявність чотирьох кластерів, що представлено на рис. 8 та 9.

Використовуючи метод К-середніх, визначимо

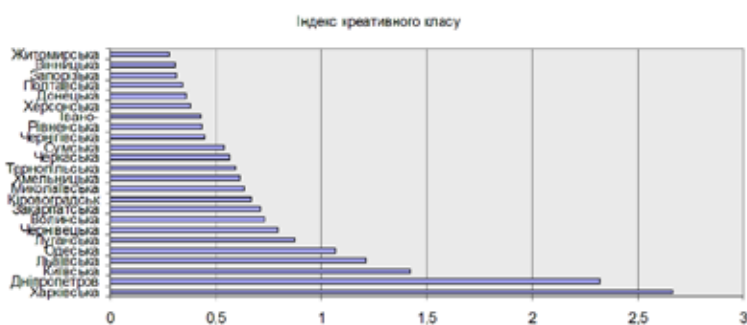


Рис. 1. Розподіл регіонів України за індексом креативного класу

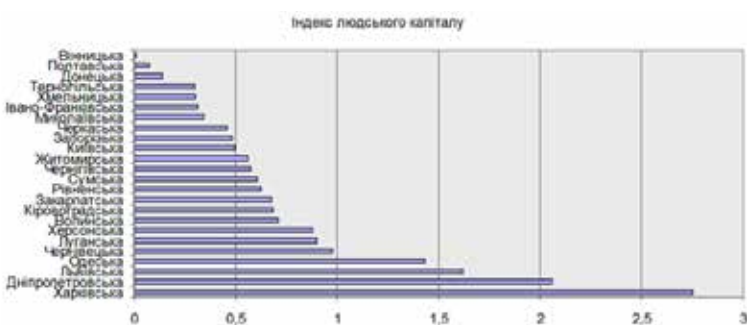


Рис. 2. Розподіл регіонів України за індексом людського капіталу

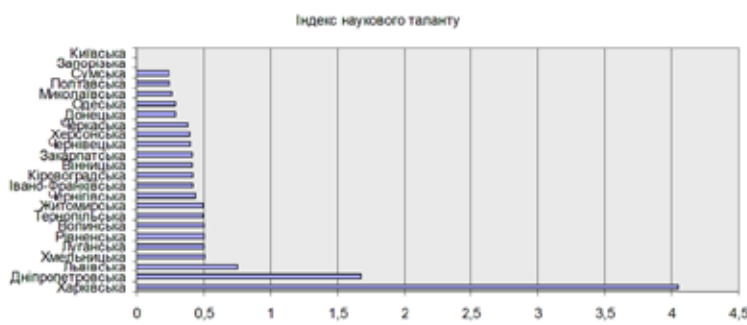


Рис. 3. Розподіл регіонів України за індексом наукового таланту

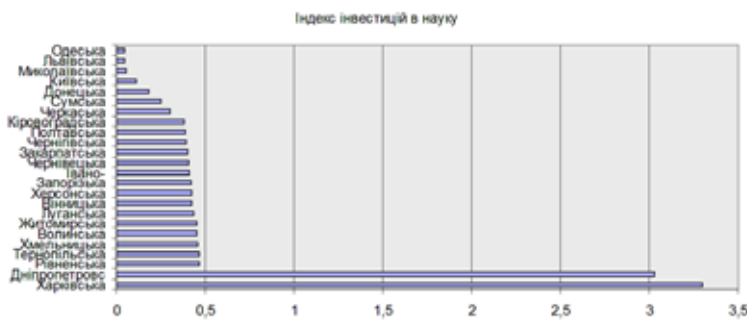


Рис. 4. Розподіл регіонів України за індексом інвестицій в науку

регіони, які попали в різні кластери, та їх характерні особливості (табл. 1)

Таким чином, у перший кластер увійшли регіони, що є великими з тривалими університетськими традиціями університетські, науково-освітніми центрами. У цих регіонах сконцентрована велика кількість талановитої молоді, яка після закінчення вищих навчальних закладів частіше за все працевлаштовується саме в так звані креативні індустрії. Крім того, велика кількість вищих навчальних закладів зумовлює значні фінансові інвестиції в наукові дослідження саме в цих регіонах. У другий кластер увійшли регіони, які характеризуються високим рівнем толерантності та питомою вагою креативного класу. Високий творчий потенціал цих регіонів забезпечується позитивними характеристиками місцевих співтовариств, але поки що слабо підкріплений реальною інноваційною діяльністю. Третій кластер представлений регіонами, в яких, навпаки, в не зовсім сприятливих умовах для розвитку креативного середовища, високі значення інвестицій у дослідження та технології. У цей кластер увійшли агро-орієнтовані регіони. Саме цей кластер має високу можливість розвитку креативного потенціалу. До четвертого кластеру належать регіони-аутсайтери рейтингу креативності. Це в основному так звані старопромислові регіони, в яких важливу роль, як і раніше, відіграють створені ще за радянських часів промислові гіганти. У міжорганізаційній взаємодії всередині таких регіонів домінують вертикальні контракти. Частка малого бізнесу в місцевій економіці незначна. Кваліфіковані, творчі кадри масово виїжджають з цих областей до сусідніх і центральні регіони з менш жорстко організованим виробничим життям і більш різноманітним культурним середовищем.

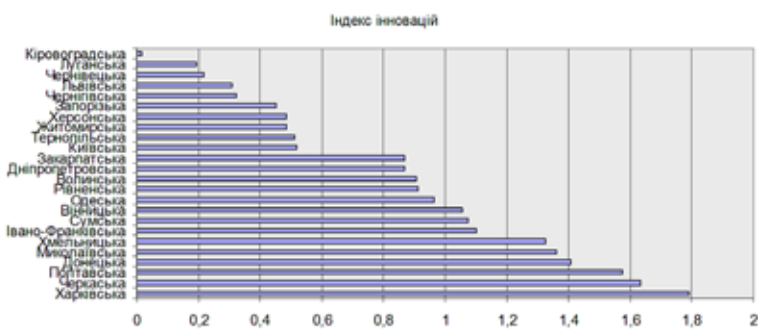


Рис. 5. Розподіл регіонів України за індексом інновацій

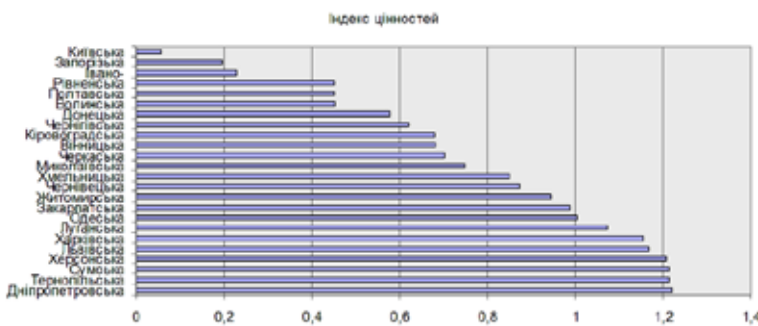


Рис. 6. Розподіл регіонів України за індексом цінностей

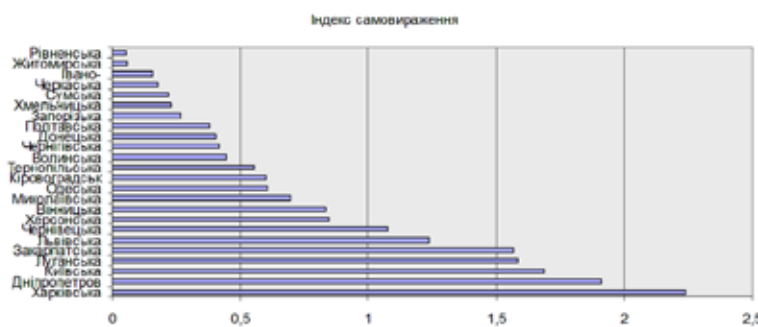


Рис. 7. Розподіл регіонів України за індексом самовираження

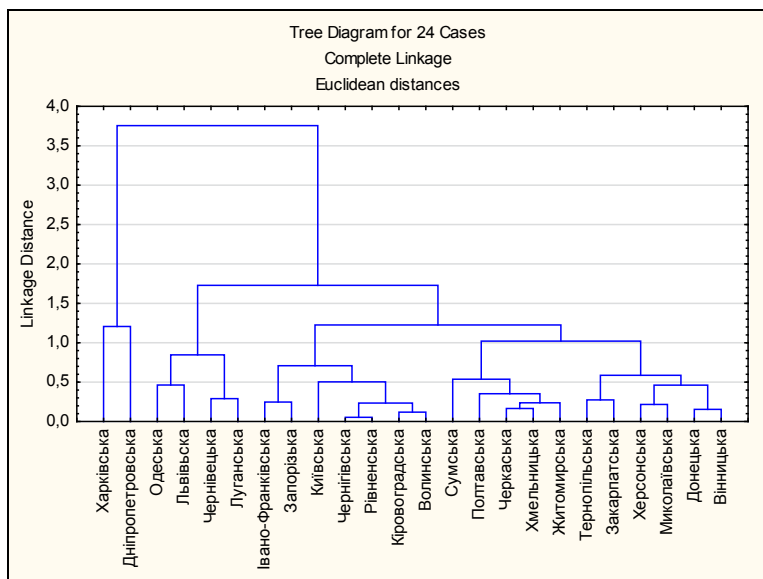


Рис. 8. Результати кластеризації регіонів України за показниками креативності за методом дальнього сусіда

Щоб подолати найсильнішу інерцію розвитку, характерну для старопромислових регіонів, потрібні довготривалі зусилля держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства. Нерідко, як показує зарубіжний досвід, творча енергія місцевої громади вперше пробуджується при реструктуризації старих промислових зон, проммайданчиків, занедбаних шахт і кар'єрів, у ході пошуку нових форм їх використання в рекреаційних і дозвіллевих цілях.

Висновки з проведеного дослідження. Тільки третина українських регіонів має високі значення креативного розвитку відповідно до методики, запропонованої Р. Флорідою. Розвиток креативного потенціалу вітчизняної економіки

Розподіл регіонів України за показниками креативності

Кластер	Регіони	Характерні особливості
1-й кластер	Харківська, Дніпропетровська	Характеризуються найвищими індексами толерантності, таланту та технологій, регіони-лідери за рівнем креативності
2-й кластер	Закарпатська, Луганська, Львівська, Одеська, Чернівецька	Середнім та високим рівнем індексів таланту та толерантності відповідно та низьким рівнем індексу технологій
3-й кластер	Житомирська, Полтавська, Сумська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська	Низький рівень індексів толерантності та таланту і середній рівень індексу технологій
4-й кластер	Вінницька, Волинська, Донецька, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Миколаївська, Рівненська, Тернопільська, Чернігівська	Найнижчі рівні усіх індексів, регіони-аутсайтери за рівнем креативності

стає першочерговим завданням з огляду на особливості міжнародної економічної конкуренції, ключові позиції в якій займає креативна економіка США, дохід якої в 960 млрд. дол. перевищує 40% від загальної суми доходів. Інноваційний прорив здійснюють ті регіони та країни, в яких культурне розмаїття спочиває на міцному фундаменті ефективних інститутів і сильної місцевої влади.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М.: Издательский дом «Классика-XX1», 2007. – 421 с.
2. Степанов А.А., Савина М.В. Человеческие ресурсы в креативной экономике / А.А. Степанов, М.В. Савина. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 239 с.
3. Степанов А.А., Савина М.В. Креативная экономика: сущность и проблемы развития / А.А. Степанов, М.В. Савина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uecs.ru/marketing/item/2667-2013-12-26-08-35-52>
4. Божидарник Т.В., Василик Н.В. Креативный менеджмент: навчальний посібник / Т.В. Божидарник, Н.В. Василик. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. – 498 с.
5. Економічна активність населення України у 2015 році / Держкомстат України. – К.: Держаналітиформ, 2016. – 205 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність України у 2015 році / Держкомстат України. – К.: Держаналітиформ, 2016. – 255 с.
7. Населення України за 2015 рік / Держкомстат України. – К.: Держаналітиформ, 2016. – 119 с.
8. Пилясов А., Колесникова О. Методика оценки творческого потенциала российских регионов / А. Пилясов, О. Колесникова // Вопросы экономики. – 2008. – № 9. – С. 50-69.

REFERENCES:

1. Floryda R. Kreatyvnyy klass : lyudy, kotorye menyayut budushche / R. Floryda. – M.: Yzdatel'skiy dom «Klassyka-KhKh1», 2007. – 421 s.

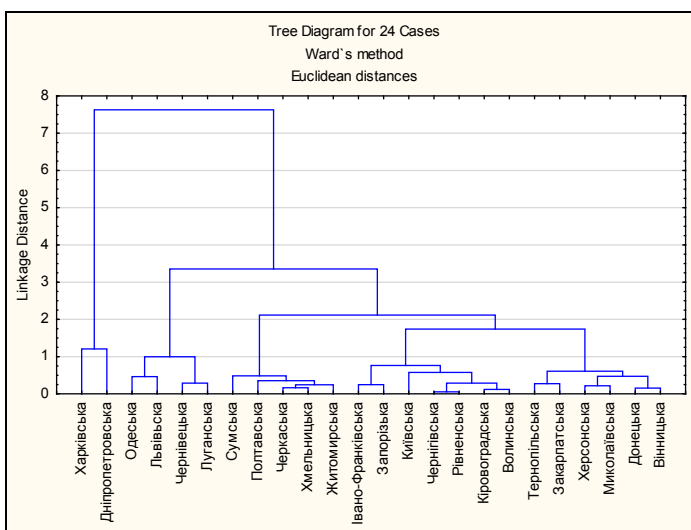


Рис. 9. Результати кластеризації регіонів України за показниками креативності за методом Уорда

2. Stepanov A.A., Savyna M.V. Chelovecheskiye resursy v kreatyvnoy ekonomyke / A.A. Stepanov, M.V. Savyna. – M.: YNFRA-M, 2014. – 239 s.
3. Stepanov A.A., Savyna M.V. Kreatyvnyaya ekonomyka: sushchnost' y problemy razvytyya / A.A. Stepanov, M.V. Savyna [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://uecs.ru/marketing/item/2667-2013-12-26-08-35-52>
4. Bozhydarnik T.V., Vasylyk N.V. Kreatyvnyy menedzhment: navchal'nyy posibnyk / T.V. Bozhydarnik, N.V. Vasylyk. – Kherson: OLDI-PLYuS, 2014. – 498 s.
5. Ekonomichna aktyvnist' naselennya Ukrayiny u 2015 rotsi / Derzhkomstat Ukrayiny. – K.: Derzhanalitinform, 2016. – 205 s.
6. Naukova ta innovatsiyina diyal'nist' Ukrayiny u 2015 rotsi / Derzhkomstat Ukrayiny. – K.: Derzhanalitinform, 2016. – 255 s.
7. Naselennya Ukrayiny za 2015 rik / Derzhkomstat Ukrayiny. – K.: Derzhanalitinform, 2016. – 119 s.
8. Pylyasov A., Kolesnykova O. Metodyka otsenky tvorcheskoho potentsyala rossyyskykh rehyonov / A. Pylyasov, O. Kolesnykova // Voprosy ekonomyky. – 2008. – No 9. – S. 50-69.