

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ

Економіка України зазнає великих змін, адже криза матеріального виробництва та наслідки четвертої індустріальної революції, яка відбувається зараз, є незаперечними чинниками, які впливають на неї: останні роки виробництво в нашій країні занепадає, однак і в тих сферах, які нині функціонують, люди втрачають роботу через автоматизацію складальних ліній і програми штучного інтелекту. Водночас багато українців (як і загалом багато творчих людей у світі) знаходять себе саме у креативній економіці, де замість вміння працювати з токарним верстатом цінується інтелектуальна діяльність, а суб'єктів такої економіки оцінюють радше не за посадою, а за талантом.

Така економіка відмінна від звичного для нас розуміння економіки тим, що вона ґрунтується на творчості. Згідно з цим її суб'єкти (креативні люди) розглядаються не як ресурс, а як капітал. [4]

Креативність, як зазначає Джон Гоукінс, є найшвидшим зростаючим бізнесом у світі. У своїй книзі «Креативна економіка: як люди роблять гроші з ідей» автор ще в 2001 році першим масштабно розкрив даний вид економіки. Автор пояснює, чому людям краще виконувати саме ту роботу, в якій вони відчують себе впевнено і якою вони дійсно хочуть займатися, доводячи це на глобальних прикладах: як Британія навчилася заробляти більше грошей на музиці, ніж на автомобільній індустрії, а експортна креативна індустрія США ще на початку нульових перевищила \$ 60 млрд., що більше ніж будь-який інший експортний сектор країни. [2]

Зараз креативні індустрії, які є серцем креативної економіки, є сектором глобальної економіки з найбільш динамічним розвитком [5]. Британський департамент культури, медіа та спорту визначив креативні індустрії як: "такі індустрії, які походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту, і які мають потенціал до багатства і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності". [1]

За останні 17 років ще багато праць було присвячено креативній економіці після вищезгаданої. Та найбільшою заслугою авторів є те, що вони привернули увагу урядів розвинених країн до цієї галузі. І ті, дослідивши ринки креативної економіки, зробили на неї основний акцент у розвитку.

Найбільшим ринком в структурі креативної економіки України є ІТ-послуги. Головним чином це експортні ІТ-компанії і фахівці, що працюють на замовників з-за кордону. Точних показників об'єму ринку держава не має, однак експерти оцінюють його приблизно у 3 мільярди доларів, що складає близько 3,3% ВВП України в 2016 році [3].

В деяких регіонах країни, таких як Львів, ІТ має набагато більше значення для місцевої економіки. З моменту прийняття львівською мерією стратегії розвитку тут вже працює понад 200 ІТ-компаній, які генерують 14,4% ВВП міста [3].

Великий потенціал даного ринку – продуктові та технологічні стартапи. Вітчизняні програмісти вже відомі угодами з Google та Snapchat.

Переважно внутрішнім та відносно невеликим порівняно з ІТ-сектором є ринок української медіа. Однак у нашій країні є досить сильні компанії, які займаються виробництвом комерційних відео-роликів і кліпів. Крім того існують студії зі створення спецефектів для голлівудських блокбастерів і відеокліпів зірок шоу-бізнесу. Наприклад, компанія Gloria FX (Дніпро) створила спецефекти відеокліпу Coldplay.

Також ремісництво (в основному хендмейд) за останні роки зростає дуже швидкими темпами. Однак цей ринок можна оцінити лише за непрямими показниками – через компанії, які займаються продажем виробів українських майстрів.

Ринок архітектурного дизайну в Україні є ще занадто молодим. Наша країна має небагато приватних компаній, готових пропонувати нові архітектурні концепти.

За кордоном вітчизняні архітектори не є дуже відомими. Однак в пострадянських державах, таких як Грузія, Азербайджан, наші фахівці вже користуються попитом і регулярно перемагають у тендерах з великих проектів [3].

Більш розвинутим є ринок дизайну в сфері моди, і про це свідчать багато тематичних заходів в нашій країні, де виставляються українські бренди. Українські дизайнери поступово починають просувати свої вироби і за кордоном.

Обсяг ринку української легкої промисловості (предмети одягу, вироби з тканини, шкіри, інших матеріалів) в 2016 році склав 16,9 млрд грн. Таким чином можна припустити, що на fashion-індустрію в Україні припадає 2,9 млрд грн. [3]

Мабуть, один з найбільш жвавих креативних ринків України – це сфера шоу, концертів і фестивалів. За даними ресурсу з продажу квитків Karabas.ua, кількість таких заходів в Україні тільки зростає (наприклад у 2015 році – на 42%, в 2016 – на 56%). За останні два роки в кілька разів зросла кількість проданих квитків і навіть їх ціна. Якщо в 2014 році середня вартість квитка дорівнювала 250 грн, то в 2016 – вже 457 [3]. Однак вартість в доларовому еквіваленті для організаторів досі невелика, що значно скорочує можливості по організації концертів іноземних виконавців.

Також позитивна динаміка прослідковується у зростанні кількості вітчизняних виконавців, що стало можливим завдяки звільнилася ніші, яку раніше займали російські виконавці. Чудовою можливістю для них є можливість виступів за кордоном.

Отже, найбільш великим і швидкозростаючим сектором креативних індустрій України є ІТ. Кожен працівник приносить нашій економіці \$ 30 000 в рік, що в рази більше, ніж в інших сфери креативної економіки. Українська індустрія зараз в основному орієнтована на виконання роботи з-за кордону. Як стверджують учасники ринку, зарплати наших фахівців продовжують рости. І їх теперішній рівень – далеко не межа [3].

1. DCMS (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001 (2 ed.)*, London, UK: Department of Culture, Media and Sport, retrieved 2007-05-26. 2. Howkins J. *The Creative Economy. How people Make Money From Ideas*. – London: Penguin. – 2001. 3. Стас Юрасов. *Как украинцы делают деньги на идеях [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: http://www.liga.net/projects/just_business/ (дата звернення 30.03.2018). 4. *Почему на креативе нужно зарабатывать и как это делают в Украине [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <https://ckr.in.ua/ru/economic/15031> (дата звернення 30.03.2018). 5. УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. — Львів: Кальварія, 2017. – 164 с. 5