

## КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ НІМЕЧЧИНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

### CREATIVE INDUSTRIES IN GERMANY AND PERSPECTIVES OF CREATIVE SECTOR DEVELOPMENT OF THE ECONOMY IN UKRAINE

**Чмут А.В.**

кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин,  
Херсонський державний університет

**Синякова К.М.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту і адміністрування,  
Херсонський державний університет

**Грицина В.В.**

асистент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,  
Херсонський державний університет

**Chmut Anna**

Candidate of Economic Sciences,  
Senior Lecturer at Department of Economics  
and International Economic Relations,  
Kherson State University

**Syniakova Kateryna**

Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor at Department of Management  
and Administration,  
Kherson State University

**Hrytsyna Vladyslav**

Assistant at Department of Economics  
and International Economic Relations,  
Kherson State University

*У статті досліджено сучасні підходи до розуміння сутності понять «креативна економіка» та «креативні індустрії». Визначена проблематика компаративної оцінки показників розвитку креативних індустрій різних країн, що пов'язана з різним підходом до їх класифікації. Представлена класифікація креативних індустрій з урахуванням підходів різних країн. Визначені основні тенденції розвитку креативних індустрій в країнах світу, зокрема в Німеччині. На прикладі Німеччини проаналізовано основні показники розвитку креативних індустрій: визначено валову додану вартість галузей та прослідковано її динаміку, наведено структуру креативних індустрій, кількість підприємств та кількість зайнятих у галузі. На основі проведеного дослідження визначено основні тенденції та напрямки розвитку креативних індустрій для України.*

**Ключові слова:** креативна економіка, креативні індустрії, постіндустріальна економіка.

*В статье исследованы современные подходы к пониманию сущности понятий «креативная экономика» и «креативные индустрии». Определена проблематика компаративной оценки показателей развития креативных индустрий разных стран, которая связана с различным подходом к их классификации. Представлена классификация креативных индустрий с учетом подходов разных стран. Определены основные тенденции развития креативных индустрий в странах мира и отдельно в Германии. На при-*

мере Германии проанализированы основные показатели развития креативных индустрий: представлена валовая добавленная стоимость отраслей и ее динамика, проанализирована процентная структура креативных индустрий, количество предприятий и количество занятых в отрасли. С учетом проведенного исследования определены основные тенденции и направления развития креативных индустрий для Украины.

**Ключевые слова:** креативная экономика, креативные индустрии, постиндустриальная экономика.

*The article investigates modern approaches to understanding the essence of the of “creative economy” and “creative industries” concepts. The problems of comparative estimation of indicators of creative industries development in different countries, connected with different approaches to their classification are determined. The classification of creative industries is presented, taking into account the approaches in different countries (British approach, German approach, UNCTAD approach). The main tendencies of creative industries development in the different countries are determined. Among the developed countries, the leading exporters of creative goods are the USA, France, Italy, Great Britain and Germany. The Germany case in creative industries development is analyzed. The Germany creative sector of the economy is actively developing and generating more than 100 billion euro of gross added value, while providing more than 1 million jobs to the employees. The main indicators of the creative industries development in Germany are analyzed: the gross added value of the industries and its dynamics is determined, the structure of the country's creative submarkets, the number of enterprises and the number of employees in the industry are presented. Average number of employees and amount of revenue per employee for creative industries were calculated. It was defined that companies of German creative industries mostly refer to small or micro enterprises. Average revenue per employee among creative companies is higher than average on overall economics. In the context of comparative analysis, the Ukrainian market of creative goods and services has been analyzed. In particular, it is determined that the export of Ukrainian creative goods is increasing yearly. According to UNCTAD classification, creative products from the category “design”, “publishing”, “applied art” were most exported from Ukraine. The main markets for the Ukrainian creative goods are Europe (78%) and Asia (22%). The indicators of foreign trade with the largest export partners are presented. Taking into account the conducted research, the main tendencies and directions of creative industries development for Ukraine are determined.*

**Key words:** creative economy, creative industries, culture industries, classification of creative industries, post-industrial economy.

**Постановка проблеми.** На початку XXI століття в науковій літературі економіка постіндустріального суспільства все частіше почала характеризуватись як креативна економіка. Сам термін вперше був введений в оборот в 2000 р. журналом “Business Week” [1]. На сьогоднішній день в економічній літературі існує різноманітна кількість підходів до трактування цього поняття. Один із перших дослідників креативної економіки Дж. Хокінс визначав її як систему специфічних соціально-економічних відносин між економікою і творчим підходом до її розвитку та удосконалення, що призводить до становлення нового креативного сектору постіндустріальної економіки, в основі якого лежить інтенсивне використання творчих та інтелектуальних ресурсів [2]. Подальші десятиріччя розвитку даного поняття дають можливість охарактеризувати креативну економіку як концепцію постіндустріальної економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин з приводу виробництва, розподілу та споживання благ, що базуються на використанні в якості факторів виробництва інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту породжувати нові оригінальні ідеї. В результаті цього створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю) або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства [3]. Основою розвитку креативної економіки є потенціал креативних індустрій.

Саме креативні індустрії стали важливим джерелом пошуку конкурентних переваг країн на світовому ринку у XXI столітті та рушійною силою їх економічного зростання [4]. З урахуванням даних тенденцій, дослідження питань функціонування та розвитку креативних індустрій в країнах що займають лідируючі позиції на світовому ринку креативних товарів і послуг є важливою базою аналізу для України на тлі переходу від індустріальної економіки до креативної.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Перші наукові дослідження по тематиці креативної економіки та креативних індустрій були проведені на початку XXI ст. Дж. Хоукінсом та Р. Флорідою. На території пострадянського простору різні питання теоретичного та практичного характеру функціонування креативних індустрій досліджували такі вчені-економісти: І. Дубіна, О. Білокрилова, С. Головін, М. Каменських, А. Локалов, А. Пакуліна, В. Чорна та інші. Перспективи розвитку креативної економіки в Україні досліджували: А. Мержвинська, А. Пакуліна, Ю. Сотнікова та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Впродовж кількох останніх десятиліть різними фахівцями у сфері економіки, культури, урбаністики та соціології досліджувалися різні теоретико-методологічні та практичні питання функціонування креативних індустрій та креативної економіки загалом.

Тим не менш, не зважаючи на актуальність даних питань, достатньо дослідженими та опрацьованими їх на сьогоднішній день назвати не можна. Зокрема, з метою переймання позитивного досвіду для України більш детальної уваги вимагає дослідження тенденцій розвитку креативних індустрій в окремих країнах світу, що є лідерами в цій галузі.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є дослідження практичних аспектів розвитку креативних індустрій в Німеччині та визначення перспектив в цій галузі для України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сьогоднішній день світовий ринок креативних товарів і послуг активно розвивається. Остання велике дослідження UNCTAD, яке охоплювало період з 2002 по 2015 роки свідчить про значний потенціал розвитку світового ринку креативних товарів і послуг. Світовий ринок креативних товарів за цей період зріс майже вдвічі з 208 млрд. дол. США до \$ 509 млрд. дол. США [5]. З групи розвинутих країн провідними експортерами креативних товарів є США, Франція, Італія, Велика Британія та Німеччина.

Термін «креативні індустрії» став вживатися відносно недавно. В 1994 році цей термін вживався у Звіті «Креативна Нація» [6], який був зроблений в Австралії. Більш широкого поширення цей термін набув в 1997 році, коли політики Департаменту культури, медіа і спорту Великої Британії заснували робочу групу з розвитку креативних індустрій. Важливо зазначити, що визначення терміну «креативні індустрії», який з того часу набув розвитку, було розширене за рамки мистецтва; це означувало зрушення підходу до креативних індустрій: ще донедавна вони відносилися до чисто неекономічних або переважно неекономічних понять, а тепер вони розглядаються як потенційно комерційні види діяльності.

Отже, вживання терміну «креативні індустрії» є неоднаковим в різних країнах світу. Тому одним із проблемних питань порівняльного аналізу креативних індустрій країн світу є різні підходи до їх класифікації.

ЮНЕСКО визначив креативні індустрії як індустрії, метою яких є «створення, виробництво і комерціалізація творчих (креативних) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть приймати форму продукту чи послуги» [7]. Британський департамент культури медіа та спорту визначає 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» [8].

В Міністерстві економіки Німеччини культурні та творчі індустрії визначають як такі, що включають усі культурні і творчі підприємства,

які є ринково орієнтованими і займаються створенням, виробництвом та / або розповсюдженням культурних/ креативних товарів та послуг через медіа [9].

На сьогоднішній день найбільш широко використовується класифікація креативних індустрій розроблена UNCTAD, оскільки саме на її основі групуються показники та аналізуються світові данні із розвитку ринку креативних товарів і послуг.

Різні підходи до класифікації креативних індустрій представлені в табл. 1.

Німеччина сьогодні є однією із високорозвинутих європейських країн, в якій підприємства культурних та креативних індустрій формують 3,1% валового внутрішнього продукту, створюють більше 100 млрд. євро доданої вартості та забезпечують робочими місцями більше 1 млн. осіб. Так, у 2017 році у Німеччині налічувалося близько 254000 підприємств креативних індустрій, що складає 7,7% від усіх зареєстрованих підприємств. Протягом 2017 року виручка цих підприємств склала 158,6 млрд. євро, забезпечивши тим самим створення валової доданої вартості у розмірі 102,4 млрд. євро [9]. Такий обсяг валової доданої вартості є співставним із валовою доданою вартістю, що створюється у медичній сфері та автомобільній промисловості Німеччини і значно перевищує обсяги валової доданої вартості, які створюються підприємствами хімічної промисловості, енергопостачання та підприємствами, які надають фінансові послуги (рис. 1).

Відстежуючи динаміку ключових показників розвитку культурних та креативних індустрій Німеччини, слід відзначити, що починаючи із 2009 року, загальна виручка підприємств креативного сектору економіки зросла на 18%. За період з 2009 по 2017 рік включно кількість підприємств креативного сектору економіки Німеччини зросла на 6,8%, при цьому чисельність постійних працівників підприємств цього сектору збільшилась на 21,47%. Загальна ж кількість працівників підприємств культурних та креативних індустрій, яка розраховується як сума постійних працівників та маргіальної зайнятості, склала 1675,3 тис. осіб, що на 9,7% більше, ніж у 2009 році [9].

Середні показники чисельності працівників підприємств культурних та креативних індустрій свідчить про те, що на одне підприємство припадає не більше 4-5 працівників (при середньому значенні по економіці – 11 працівників) – це дає можливість для констатації домінування малих та мікропідприємств у цій галузі. Цікаво, що показник виручки в розрахунку на одного постійного працівника у 2017 році становив 136,476 тис. євро, що на 5,120 тис. євро вище, ніж в середньому по економіці [9].

Цікавим, з нашої точки зору, є дослідження внутрішньої структури культурних та креативних індустрій Німеччини в контексті субринків.

Ключові показники розвитку культурних та креативних індустрій в Німеччині в розрізі субринків представлені в табл. 2.

Представлені показники свідчать про те, що найбільше підприємств функціонують в індустрії дизайну (12,9% від загальної кількості під-

приємств культурних та креативних індустрій Німеччини), найбільшу виручку та додану вартість створюють підприємства програмного забезпечення та ігор (21,44% та 27,23% відповідно), також саме в цій сфері працює найбільша кількість осіб, що у відносному значенні



Рис. 1. Обсяг валової доданої вартості культурних та креативних індустрій у порівнянні з іншими секторами економіки Німеччини, 2017 р. (млрд. євро) [9]

Таблиця 1

### Підходи до класифікації креативних індустрій

| Підхід UNCTAD  | Британський підхід  | Німецький підхід  |
|--|---|---|
| <p><b>Категорії креативних товарів:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Прикладне мистецтво (Art crafts);</li> <li>– Аудіовізуальні товари (Audiovisuals);</li> <li>– Дизайн;</li> <li>– Цифрові засоби виробництва (Digital fabrication);</li> <li>– Нові медіа (New media);</li> <li>– Виконавче мистецтво (Performing arts);</li> <li>– Видавництво (Publishing);</li> <li>– Художня творчість (Visual arts).</li> </ul> <p><b>Креативні послуги відповідно до EBOPS 2002</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 278 Реклама, дослідження ринку та опитування громадської думки.</li> <li>– 279 Дослідження і розробки.</li> <li>– 280 Архітектурні, інженерні та інші технічні послуги.</li> <li>– 287 Особисті, культурні та рекреаційні послуги.</li> <li>– 288 Аудіовізуальні та супутні послуги.</li> <li>– 289 Інші особисті, культурні та рекреаційні послуги.</li> </ul> | <p><b>UK DCMS model:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Архітектура;</li> <li>– Реклама;</li> <li>– Ринок мистецтва та антикваріату;</li> <li>– Ремесла;</li> <li>– Дизайн;</li> <li>– Мода;</li> <li>– Кіно;</li> <li>– Музика;</li> <li>– Виконавче мистецтво;</li> <li>– Галузь розваг та відпочинку;</li> <li>– Видавнича справа;</li> <li>– Телебачення;</li> <li>– Радіомовлення;</li> <li>– Створення програмного забезпечення.</li> </ul> | <p><b>Субринки культурних та креативних індустрій:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Музична індустрія;</li> <li>– Книжковий ринок;</li> <li>– Арт-ринок;</li> <li>– Кіноіндустрія;</li> <li>– Індустрія теле- і радіомовлення;</li> <li>– Ринок виконавських мистецтв;</li> <li>– Індустрія дизайну;</li> <li>– Ринок архітектури;</li> <li>– Ринок преси;</li> <li>– Рекламний ринок;</li> <li>– Індустрія програмного забезпечення та ігор;</li> <li>– Інші.</li> </ul> |

Джерело: складено автором на основі [5; 8; 9]

Таблиця 2

**Ключові показники розвитку культурних та креативних індустрій  
в Німеччині за субринками (за 2017 р.)**

| Назва субринку                             | Кількість компаній | Виручка (млн. євро) | Валова додана вартість (млн. євро) | Чисельність постійних працівників (осіб) |
|--|--------------------|---------------------|------------------------------------|--|
| Музична індустрія                          | 14197              | 8858                | 6822                               | 51667                                    |
| Книжковий ринок                            | 17254              | 13572               | 5451                               | 70895                                    |
| Арт-ринок                                  | 12616              | 2151                | 1442                               | 17997                                    |
| Кіноіндустрія                              | 19013              | 9523                | 8057                               | 60989                                    |
| Індустрія теле- і радіомовлення            | 18071              | 10484               | 8930                               | 42930                                    |
| Ринок виконавських мистецтв                | 19419              | 4851                | 7891                               | 43679                                    |
| Індустрія дизайну                          | 59548              | 19428               | 10738                              | 150118                                   |
| Ринок архітектури                          | 39605              | 10829               | 7050                               | 127411                                   |
| Ринок преси                                | 31569              | 29855               | 13318                              | 146762                                   |
| Рекламний ринок                            | 28490              | 28344               | 11931                              | 152768                                   |
| Індустрія програмного забезпечення та ігор | 39016              | 38005               | 31010                              | 408382                                   |
| Інші                                       | 8183               | 1343                | 1228                               | 15362                                    |
| <b>Всього</b>                              | <b>254657</b>      | <b>158578</b>       | <b>102409</b>                      | <b>1157683</b>                           |

Джерело: [9]

Таблиця 3

**Показники зовнішньої торгівлі креативними товарами України за регіонами, млн. дол. США**

| Основні контрагенти | Експорт | Імпорт | Баланс |
|---------------------|---------|--------|--------|
| 1. Росія            | 448,39  | 63,69  | 384,70 |
| 2. Казахстан        | 81,26   | 0,11   | 81,16  |
| 3. Білорусія        | 38,73   | 11,23  | 27,50  |
| 4. Данія            | 20,12   | 6,43   | 13,69  |
| 5. Азербайджан      | 20,05   | 0,03   | 20,02  |
| 6. Німеччина        | 18,80   | 42,30  | -23,50 |

Джерело: [5]

складає більше третини всіх працівників культурних та креативних індустрій. Загалом, слід відзначити, що серед субринків культурних та креативних індустрій Німеччини у 2017 році найменші обсяги демонструє арт-індустрія, найбільш потужними є рекламний субринок та субринок програмного забезпечення та ігор.

Україна так само, як і інші європейські країни є активним учасником міжнародної торгівлі креативними товарами. Дослідження UNCTAD за аналізовані десять років приводить данні про збільшення експорту товарів креативних індустрій України з 238,7 млн. дол. США до 768,3 млн. дол. США. Відповідно до класифікації UNCTAD найбільше експортувались з України креативні товари з категорії «дизайн», «видавництво», «прикладне мистецтво». Основними ринками креативних товарів України були Європа (78%) та Азія (22%). Серед найбільших експортних партнерів для креативних товарів були Російська Федерація, Казахстан, Білорусь, Данія, Азербайджан, Німеччина, Рес-

публіка Молдова, Італія, Узбекистан і Грузія. Україна мала торговельний дефіцит з Італією та Німеччиною. Творчі послуги і експорт становили 2,069 млрд. дол. США (табл. 3).

Експорт творчих послуг становив 2069 млрд. дол. США. Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги експортувались на рівні 1595 млн дол США., дослідження і розробки – 440 млн дол США. Розвиток ІТ та креативних галузей є одним із пріоритетних напрямків експортної стратегії України.

**Висновки.** З початку XXI століття креативні індустрії є одним з пріоритетів економічного розвитку в розвинених країнах Європи, Америки і Південно-Східної Азії. Досвід та успіх світових лідерів в цій сфері зумовлює активні дії і інших країн в напрямку розвитку креативної економіки. Зокрема, в Україні є значний потенціал для розвитку креативних індустрій. Деякі експерти прогнозують, що інновації і креатив будуть мати темпи приросту, які перевищуватимуть темпи розвитку інших галузей економіки. Проте, частка



креативного сектора в економіці ще досить низька, хоча і має тенденцію до щорічного зростання, в основному за рахунок ІТ галузей.

Важливою проблемою, що заважає компаративній оцінці розвитку креативної економіки

в країнах світу є різна методологія до класифікації креативних індустрій. Уніфікація поняття «креативні індустрії» та підходи до їх класифікації вимагають подальшої уваги з боку теоретиків та практиків креативної економіки.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. The Creative Economy. *Business Week*. Special double issue: The 21st century corporation, 28 august 2010, P. 1-5.
2. Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. Москва : Классика-XXI, 2011. 370 с.
3. Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/10.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf) (дата звернення: 10.07.2019).
4. Florida R., Tinagli I. Europe in the creative age. Pittsburgh : Carnegie Mellon Software industry center funding provided by the Alfred P. Sloan foundation, co-published in Europe with Demos, 2004. 48 p.
5. UNCTAD Creative Economy Outlook. Country Profiles: URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf) (дата звернення: 10.07.2019).
6. Creative Australia. National Cultural Policy. URL: <https://creativeaustralia.arts.gov.au> (дата звернення: 10.07.2019).
7. Офіційний сайт ЮНЕСКО. URL: <https://en.unesco.org/themes/protecting-our-heritage-and-fostering-creativity> (дата звернення: 12.06.2019).
8. Creative Industries Economic Estimates 2016. Department for Culture, Media and Sport. London, 2016. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf) (дата звернення: 10.07.2019).
9. Cultural and Creative Industries Monitoring Report 2018. URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.html> (дата звернення: 10.07.2019).