

3. Кригін О.І. Універсалізм творчості Андреса Сеговії та його вплив на становлення вітчизняної гітарної школи. автореф. дис..канд. мистецтвознавства; 17.00.03. Харків, 2015. 18 с.

4. Салій В. Вплив творчості А. Сеговії на гітарне виконавство ХХ століття. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2021, Вип 35. том 5. С. 34-41.

5. Сологуб В.Д. Концерт для гітари з оркестром як основа фахової підготовки виконавців спеціальності “класична гітара”. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія Педагогічні науки: реалії та перспективи*, 2019. Вип.67. С. 255-258.

Дутчак О.І.,

кандидат історичних наук, доцент кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івент-менеджменту Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна

СУТНІСТЬ СУЧАСНОГО РИНКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ТЕРМІНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Вступ. Терміни «креативні індустрії» та «соціокультурна сфера» стали активно використовуватися відносно нещодавно. Спостерігається різноманітність підходів і використання термінів та понять у різних країнах світу. Соціокультурна сфера, по суті, перебуває на стику між культурою, творчістю, з одного боку, та бізнесом – з іншого. У результаті такої діяльності відбувається комерціалізація ідей у сфері культури, що унаслідок приносить певний прибуток. В українському науковому просторі частіше вживають терміни «соціокультурна сфера» чи «соціокультурний сервіс» [3].

Мета дослідження полягає в термінологічному окресленні сутності сучасного ринку креативних індустрій.

Поняття соціокультурної сфери все частіше окреслюють поняттям «креативної (культурної) індустрії», що тісно пов'язано з концепцією креативної економіки. Такі поняття набули активного поширення на початку ХХІ ст. для позначення комплексу творчих галузей, що випускають широкий спектр товарів та послуг, а у наслідок – вони забезпечують роботою велику кількість людей, використовували цифрові технології, залежали від інновацій, які є швидкозмінними та швидко старіючими, відповідно, і суспільних трендів, розвивалися, переважно, у країнах західної Європи, а також у просторі США [2].

Існує низка підходів до розгляду терміну «креативні індустрії» та його змісту:

1) креативні індустрії, як ті сфери, які беруть своє походження у індивідуальній творчості, майстерності, талантах, і які володіють потенціалом для отримання прибутку та створення робочих місць шляхом створення та використання інтелектуальної власності [2];

2) концепція креативних індустрій – це широкий науковий дискурс, що включає різноманітні масові заходи культурологічного спрямування, установи культури, галузі культури та інші види діяльності, що ґрунтуються на індивідуальній творчості [6];

3) креативні індустрії – це перелік видів економічної діяльності сервісного характеру, що мають потенціал до створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке), а їх продукти та послуги є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту [1, с.67].

Між поняттями «соціокультурна сфера» та «креативні індустрії» можна простежити те, що ці поняття позначають одне ту саму реальність, але креативні індустрії є значним і практично базовим компонентом соціокультурної сфери. Під соціокультурною сферою розуміють дуже широкий комплекс галузей, пов'язаних із задоволенням культурних, дозвіллевих, соціальних, рекреаційних та інших потреб людини [1].

Поштовхом розвитку соціокультурної сфери та унаслідку формування креативної економіки стала так звана «інформаційна революція» та перехід до інноваційного «суспільства знань». Головним та необмеженим ресурсом такого суспільства є творчий потенціал та інноваційне мислення. Адже креативні підходи дають можливість віднайти нові вирішення проблем в умовах нестабільного економічного середовища та все жорсткішої конкуренції на ринку [4].

За визначенням ЮНКТАД [5] креативна економіка (наслідок активного розвитку соціокультурної сфери) – це нова концепція, що спирається на взаємодію між творчістю людини, генерацією ідей та інтелектуальною власністю, знаннями, технічними ідеями. Сюди належать такі галузі соціокультурного простору, як архітектура, відео, реклама, декоративно-прикладне мистецтво, дизайн, мода, кіно, фотографія, музика, виконавча майстерність, видавництво, дослідження та технічні розробки, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, електронні видання та ЗМІ. Вся ця сукупність формує важливе джерело не тільки культурних, але й бізнес-цінностей [4].

На рис. 1.1 наведено складові елементи креативних індустрій.



Рис.1.1 Складові елементи креативних індустрій. Джерело: [6].

З точки зору економічного сенсу, креативні індустрії – це економічна (комерційна) діяльність, заснована на використанні знань, талантів та ідей, втілених у бізнесмоделях і технологіях для отримання прибутку та реалізації творчого потенціалу. Соціокультурна діяльність поєднує в собі процес створення, виробництва та доведення до споживачів, в тому числі методами комерціалізації продукту, якому притаманний нематеріальний та культурний характер[2].

Соціокультурна сфера найменше залежить саме від матеріальних ресурсів, різного капіталу, а тому виступає динамічною щодо створення нових робочих місць, розробку нового культурного продукту [2].

Характерними особливостями соціокультурної сфери, що безпосередньо має вплив на специфіку ринку соціокультурних сьогодні насамперед є те, що він розвиваються переважно в урбанізованих центрах, особливо в тих, де ринок уже насичений різноманітними споживчими товарами, функціонує добре розвинута соціальна сфера, спостерігається високий рівень доходів на душу населення [6].

За даними відомої організації ЮНКТАД [], кожен третій громадянин країн Євросоюзу (35 %), що старший 16 років, щонайменше 1 раз на рік бере участь у культурно-дозвіллевих заходах, що позитивно впливає на якість життя населення. Розвиток соціокультурної сфери відіграє величезну роль у глобальних економічних і політичних трансформаціях [7].

Високий рівень життя та стандартів міського обслуговування підвищує не тільки економічну та соціальну динаміку, але й сприяє формуванню конкурентних переваг перед іншими територіями. Країнами-лідерами за показником соціокультурного обслуговування населення є Великобританія, Австрія, Данія, Франція, Литва, Латвія і Швеція, а це понад 49 %. Станом на 2018 р. до креативних індустрій в Євросоюзі було залучено 8,5 млн. осіб, або 4 % від усіх зайнятих. Найбільша частка зайнятих в соціокультурній сфері спостерігається в Естонії – 5,2 %, найменша кількість таких зайнятих особистостей на сьогодні статистично фіксується в Румунії і становить лише 1,7 % [4].

Вагомою перевагою розвитку креативних індустрій для національних економік всіх без винятку країн виступає можливість отримання прибутку від експорту. Адже товари та послуги вироблені у сфері соціокультурного сервісу можуть бути об'єктами міжнародної торгівлі та сприяти економічному розвитку загалом. Отже, ринок соціокультурних послуг тісно пов'язаний з такими чинниками, як урбанізація та загалом високій рівень розвитку економіки.

Список використаних джерел:

1. Головчук Ю. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка та держава. № 3. 2020. С. 66 – 70.
2. Данько Т. В. Особливості інвестування в креативних індустріях. Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств: матеріали 11-ї міжн. наук.-практ. конф.; 26-29 листопада 2018 року. Харків. с. 51-53.
3. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. Інвестиції: практика та досвід. № 4. 2017. С. 5 - 8.
4. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. №3. 2019. С. 110 – 120.
5. Кузнецова Н. Б. Сучасний стан та перспективи розвитку креативних індустрій за умов пандемії COVID-19. Стратегія економічного розвитку України. №46. 2020. С. 168 – 180.
6. 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 (дата звернення: 10.10.2023).
7. UNCTADstat. URL: <https://unctadstat.unctad.org/EN/>