

3. Craig E. Where Will All the STEM Talent Come From? [Електронний ресурс] / E. Craig, R. J. Thomas, Ch. Hou, S. Mathur // Accenture Institute for High Performance Research Report. – 2012. – Режим доступу: <http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture-Where-Will-All-the-STEM-Talent-Come-From-FINAL.pdf#zoom=50>. – Назва з екрана.

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

С. В. Гаркуша, д. т. н, доцент, проректор з наукової роботи
Н. Г. Базавлук, к. е. н., асистент кафедри міжнародної економіки
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Новим сектором світового господарства, що динамічно розвивається та засвідчує рівень інноваційного та інтелектуального розвитку країни, стан конкурентоспроможності національної економіки, є креативні індустрії. Такі індустрії є важливою складовою інноваційної економіки, чинником економічного, соціального та культурного розвитку країн. Вони забезпечують концентрацію знань, інтелекту, технологій та фінансів. Креативна економіка заснована на високій частці креативного класу у суспільстві, який забезпечує створення інновацій у сфері досліджень і розробок, бізнесі, мистецтві, культурі тощо.

За визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку креативні індустрії – це створення, виробництво і розподіл товарів та послуг, які потребують використання інтелектуального капіталу та творчості. Вони є діяльністю, заснованою на знаннях.

За даними ООН, глобальні обсяги продажів креативної продукції в період з 2003 р. по 2008 р. зросли у 2,2 рази (до 592,1 млрд дол. США). Торгівля креативними товарами та послугами зростала у середньому на 14 % на рік. У 2011 р. обсяги експорту креативної продукції становили 776,8 млрд дол. США [2].

У наш час у світовому господарстві відбуваються зміни географічної структури міжнародної торгівлі товарами креативних індустрій. Якщо до 2009 р. найбільший обсяг креативної продукції експортувався розвинутими країнами, то починаючи

із 2010 р. ця тенденція змінилася: найбільша частка експорту товарів креативних індустрій стала припадати на країни, що розвиваються (57,6 % у 2012 р.), і цей розрив нині поступово зростає [2].

Тенденція, яка була наведена стосовно виробництва креативних товарів, притаманна також структурним змінам, що відбуваються в експорті високотехнологічної продукції (так само збільшується частка експорту товарів, з країн, що розвиваються). Названі тенденції є, безперечно, позитивними. Проте потрібно уточнити, що такі структурні зрушення значною мірою зумовлені специфікою організації міжнародного бізнесу. Йдеться про те, що найбільші (зокрема технологічні) корпорації (*Apple Inc.*, *Hewlett-Packard Company*, *Microsoft Corp.*, *Intel Corporation*), розміщують виробництво за межами країни базування (Китай, Філіппіни, Малайзія тощо). Отже, товарні потоки у формі імпорту креативних товарів з країн, що розвиваються, в розвинуті країни, зумовлені, по-суті, бізнес-зв'язками «дочірня компанія – материнська компанія».

Враховуючи дійсну причину активного експорту креативних товарів в розвинуті країни та зменшення частки цих країн у світовому експорті, потрібно одночасно відзначити існування можливостей для поступового інноваційного розвитку макроекономічних систем в країнах, що розвиваються. Навіть при фактичному збереженні лідерства глобальних ТНК, які походять з розвинутих країн, країни, що розвиваються, забезпечують сприятливі умови для відповідної (технологічної) модернізації економічних систем країн, що розвиваються. Позитивна динаміка експорту/імпорту високотехнологічних і креативних товарів з країн, що розвиваються, розцінюється нами як можливість для цих країн посилення конкурентних позицій на міжнародному ринку. Це є досить реалістичним з огляду на те, що середньорічний темп приросту експорту товарів креативних індустрій становив для країн, що розвиваються, майже 13 % при середньосвітовому показникові 8,7 % (2003–2012 рр.).

Україна має значний креативний потенціал економічного розвитку, яким по-суті є інтелект нації; тобто потенційно Україна могла б стати на один щабель з країнами, де зайнятість інтелектуальних працівників у креативних та високотехнологічних галузях висока – Швеція, Фінляндія, Швейцарія, Ісландія,

Велика Британія та ін. Проте аналіз міжнародної торгівлі України високотехнологічними товарами та товарами креативних індустрій свідчить про те, що країна не є активним учасником цих процесів. За нашими підрахунками, частка України в світовому експорті за групами продукції не перевищує 0,10 % для високотехнологічних товарів і 0,17 % – для креативних.

До того ж, при порівнянні експорту/імпорту високотехнологічних та креативних товарів, спостерігається негативне сальдо торгового балансу. Ситуація в Україні, істотно відрізняється від тих, що склались в країнах, економіка яких швидко зростає. Концепція модернізації економічної системи через взаємодію вітчизняних підприємств з іноземними транснаціональними корпораціями, які є виробниками високотехнологічних та креативних товарів, в Україні не реалізується. Збільшення імпорту високотехнологічних та креативних товарів свідчить лише про те, що в Україні бракує продукції таких галузей. Проте досвід швидкозростаючих країн (Китаю, Сінгапуру, Філіппін, Малайзії) міг би бути з успіхом використаний для інноваційного розвитку вітчизняної економіки. На нашу думку, за умов ефективного державного регулювання, взаємодія з високорозвинутими країнами на основі транснаціоналізації може стати корисною практикою для України.

Зазначимо, що зростання обсягів торгівлі креативною та високотехнологічною продукцією, зазвичай, супроводжується підвищенням рейтингу країни за Індексом глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму. Проте для України ця тенденція чітко не прослідковується. Причиною є надзвичайно мала частка України у виробництві, і як наслідок, у експорті названих видів продукції (табл. 1).

Об'єктивно оцінюючи фактичний стан економіки України як такий, що немає достатньої інноваційної складової забезпечення міжнародної конкурентоспроможності країни, ми, разом з цим, не виключаємо можливості позитивних змін в майбутньому.

Досвід провідних високорозвинутих країн переконує, що створення умов інноваційного та інтелектуального розвитку країни є основою для підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Особливо важливу роль відіграють високотехнологічні та креативні індустрії, які утворюють значний потенціал розвитку таких країн.

Таблиця 1 – Показники експорту високотехнологічних і креативних товарів України та Глобальний індекс конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму, 2008–2012 рр.

Рік	Експорт, разом		Експорт високотехнологічних товарів			Експорт креативних товарів			Рейтинг глобальної конкурентоспроможності ВЕФ	
	сума, млн дол. США	темп росту, %	млн дол. США	темп росту, %	частка у загальному обсязі експорту, %	сума, млн дол. США	темп росту, %	частка у загальному обсязі експорту, %	місце	індекс
2008	66 954,4	X	1 551,1	X	2,3	552,0	X	0,8	72	4,1
2009	39 702,9	59,3	1 385,3	89,3	3,5	485,0	87,9	1,2	82	4
2010	51 430,5	129,5	1 441,0	104,0	2,8	607,0	125,2	1,2	89	3,9
2011	68 394,2	133,0	1 908,3	132,4	2,8	770,0	126,9	1,1	82	4
2012	68 809,8	100,6	2 622,7	137,4	3,8	787,0	102,2	1,1	73	4,1

Джерело: розраховано нами на основі [1; 2; 3; 4].

Список використаних джерел

1. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Creative economy. UNCTAD Statistic // Офіційний сайт United Nations Conference on Trade and Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>. – Назва з екрана.
3. The Global competitiveness reports [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.weforum.org/reports?filter\[type\]=Competitiveness](http://www.weforum.org/reports?filter[type]=Competitiveness). Word Bank Data / Офіційний сайт Світового банку – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/>. – Назва з екрана.