

СТАДІЇ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Кобєлева Т.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Креативна економіка – це сегмент економіки, який ґрунтується на інтелектуальній праці, культурі, інноваціях та творчості. Вона охоплює такі галузі, як дизайн, мода, ІТ, архітектура, реклама, медіа, мистецтво тощо. У сучасних умовах вона не лише зростає швидше за традиційні сектори, а й формує нову логіку економічного мислення. Для її сталого розвитку необхідна чітка стратегія, що охоплює етапність і системність дій. Згідно з визначенням ЮНЕСКО та ОЕСР, креативна економіка – це економічна діяльність, заснована на творчому вираженні, культурній самобутності, інноваціях та цифрових технологіях, яка створює економічну цінність і робочі місця.

Пропонуємо до розгляду основні стадії стратегічного розвитку. 1. Формування потенціалу (активація): ідентифікація та картографування креативних індустрій у регіоні або країні; формування політики підтримки малого креативного бізнесу; освітні ініціативи для підготовки кадрів. 2. Інституціалізація: створення центрів креативної економіки; впровадження нормативної бази та інституційної підтримки; налагодження діалогу між державою, бізнесом і творчими спільнотами. 3. Інтеграція в економічну систему: визнання креативного сектору як частини ВВП; залучення інвестицій у культурні стартапи; розвиток інфраструктури (креативні хаби, технопарки, інкубатори). 4. Експорт та міжнародна співпраця: просування національного креативного продукту на зовнішні ринки; участь у міжнародних форумах, виставках, кластерах; співпраця з міжнародними фондами і донорськими організаціями. 5. Цифрова трансформація: переосмислення моделей монетизації (NFT, стрімінг, e-commerce); масштабування цифрових культурних продуктів; використання big data, ШІ та блокчейн у креативному виробництві.

Креативна економіка – це не лише культурний феномен, а й важливий драйвер сталого економічного розвитку. Її стратегічне зростання передбачає послідовне проходження певних стадій – від формування екосистеми до міжнародної інтеграції та цифрового прориву. Ефективна політика в цій сфері здатна стимулювати зайнятість, інновації та національну ідентичність.

Література:

1. Лайко П.А. Інформаційне забезпечення формування і функціонування ринку науково-технічної продукції як невід'ємна складова інноваційної діяльності // *Економіка АПК*. 2008. №7. С. 96-105.
2. Бузовський Є.А., Вітвицька О.Д., Скрипниченко В.А. Інновації в оцінюванні енергетичної ефективності та енергоємності сільськогосподарського виробництва // *Агроінком*. 2008. № 7 (10). С. 50–56.
3. Вітвицька О.Д. Механізм реалізації мотивацій інноваційного підприємства : монографія. К.: Аграр Медіа Груп, 2011. 320 с.
4. Кулаєць М.М. Інноваційне забезпечення продовольчої безпеки в Україні і світі // *Агроінком*. 2011. № 1-3. С. 28.