

УДК 331.522

Поснова Т. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії Університету державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна

КРЕАТИВНИЙ ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

У даний час у світовій теорії та практиці склалась принципово нова концепція суспільного розвитку, що ґрунтується на розумінні креативності як провідного фактору інноваційної економіки. На основі прогнозів різних авторитетних міжнародних організацій, у найближче десятиліття найбільша частина ВВП буде створюватися переважно за рахунок креативних факторів виробництва. Саме креативний капітал стане стрижнем людських ресурсів у креативній економіці. Лідерами соціально-економічного та науково-технічного прогресу стануть лише ті країни, які освоюють науку креативного управління соціально-економічним розвитком в умовах інноваційної економіки.

У статті наведена класифікація галузей, в яких функціонує креативний людський капітал, а саме – види діяльності, що відносяться до основних, взаємозалежних та опосередкованих галузей. Відповідно до цієї класифікації проаналізовані людські ресурси, що зайняті у креативному секторі України.

У статті зроблені рекомендації щодо розробки нових теоретичних та практичних методів та підходів до активізації, раціонального та ефективного використання креативно-інтелектуального капіталу як головного фактору становлення інноваційної економіки. Зокрема, пропонується створення спеціальних програм підтримки розвитку креативних інтелектуальних сервісів, продуктів та стартапів, а також залучення іноземних спеціалістів для утримання національного креативного капіталу в Україні.

Ключові слова: креативний людський капітал, інтелектуальний потенціал, інноваційна економіка, креативний сектор, креативна економіка.

Поснова Т. В., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Университета государственной налоговой службы Украины, г. Ирпень, Украина

КРЕАТИВНЫЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время в мировой теории и практике сложилась принципиально новая концепция общественного развития, основанная на понимании креативности как ведущего фактора инновационной экономики. На основе прогнозов различных авторитетных международных организаций, в ближайшее десятилетие большая часть ВВП будет создаваться преимущественно за счет креативных факторов производства. Именно креативный капитал станет стержнем человеческих ресурсов в креативной экономике. Лидерами социально-экономического и научно-технического прогресса станут лишь те страны, которые освоюют науку креативного управления социально-экономическим развитием в условиях инновационной экономики.

В статье приведена классификация отраслей, в которых работает креативный человеческий капитал, а именно - виды деятельности, относящиеся к основным, взаимозависимым и опосредованным отраслям. Согласно этой классификации, проанализированы человеческие ресурсы, занятые в креативном секторе Украины.

В статье сделаны рекомендации по разработке новых теоретических и практических методов и подходов к активизации рационального и эффективного использования креативно-интеллектуального капитала как главного фактора становления инновационной экономики. В частности, предлагается создание специальных программ поддержки развития креативных интеллектуальных сервисов, продуктов и стартапов, а также привлечение иностранных специалистов для удержания национального креативного капитала в Украине.

Ключевые слова: креативный человеческий капитал, интеллектуальный потенциал, инновационная экономика, креативный сектор, креативная экономика.

Posnova T., Ph.D., Associate Professor of the Department of Economic Theory, University of the State Tax Service of Ukraine, Irpin, Ukraine

CREATIVE HUMAN CAPITAL AS THE FACTOR OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ECONOMY

Introduction. *Currently in the world theory and practice, a fundamentally new concept of social development based on understanding of creativity as a key factor of innovative economy has appeared. On the basis of predictions of different authoritative international organizations in the next decade a large part of GDP will be generated mainly due to the creative factors of production. It is considered that the creative capital will be the core of human resources in creative economy. The leaders of the socio-economical and scientific-technical progress will become those countries which will master the science of creative management of socio-economic development in innovation economy.*

Purpose. *The purpose is to investigate the essence and features of creative human capital as a factor for the development of innovative economy.*

Results. *This article has the aim to present the classification of industries, which operate the creative human capital, namely, activities related to basic, interrelated and indirect industries. Due to this classification the analysis of human resources, which are employed in creative sector of Ukraine, is also given.*

Characteristic features of representatives of the creative class are:

– sensibility to new knowledge, that are becoming the main mean of production. Striving for being aware of all new technologies, innovations, achievements of science in various spheres;

– exchange of knowledge with others, that becomes a creative process and is not the printing-down of already worked out algorithms;

– work on the joint of different spheres of knowledge and different professional spheres, that actively promotes the competitiveness of representatives of creative class at the market of labor and makes them unique specialists;

– easy adaptation to the changeable world that requires the ability to refuse from already existing operating ideas in order to promote the new ones;

– mobility, that needs readiness to change job, residence, in behalf of career, professional promotion, ability to do work which is interesting;

– an unwillingness to belong to formal organizations, to remain free - lancer, a free hunter;

– high self-esteem qualities about personal demand at the market of labor that assists in active displacement in search for workplace.

Creativity (creative skills, creative activity and creative approach) is ability to generate unusual ideas, refuse from the traditional ways of thinking, quickly and effectively to carry out

an intellectual breakthrough in the process of coping with problem situations. To the most well-known forms of creativity display belong:

- innovations that bring fundamentally new ideas;*
- inventions which are creation anything new, unknown before;*
- discoveries – something that is set again, invented.*

By creative economy we mean the complex of socio-economic relations, which rise concerning the production, distribution, exchange and consumptions, which are based on non-standard, unconventional, uncopiable ideas, concepts and strategies, events that provide the effective solution to socio-economic problems on the basis of new knowledge and fundamentally new decisions.

Basic factors, which determine creativity of a human capital, are from one side, such personal qualities such as mobility, ingenuity, constructiveness etc. On the other hand are life experience and individual knowledge of personality in the specific field.

One of basic roles in the process of development of creative human capital plays the direct investment in education (studies and professional preparation and retraining of cadres), in medicine, scientific and technical progress and innovations, mobility of human resources.

Conclusions. *The article makes recommendations for the development of new theoretical and practical methods and approaches to stimulate rational and efficient use of creative and intellectual capital as the main factor of formation of innovative economy. In particular, the establishment of special programs to support the development of creative intellectual services, products and startups, as well as attracting of foreign experts to hold national creative capital in Ukraine are showed in this article.*

Keywords: *creative human capital, intellectual potential, innovative economy, creative sector, creative economy.*

JEL Classification: *O 31.*

Постановка проблеми. З початком XXI століття у світовій теорії та практиці склалась принципово нова концепція суспільного розвитку, що ґрунтується на розумінні креативності як провідного фактору інноваційної економіки. Розвиток креативного капіталу забезпечить істотні конкурентні переваги економіці, відкриє нові можливості економічного зростання, буде сприяти інноваційному розвитку, покращенню рівня життя, формуванню культурної ідентичності та толерантної атмосфери.

У травні 2017 була презентована Доктрина збалансованого розвитку «Україна-2030», яка базується на розвитку креативної економіки та інновацій. Доктрина передбачає створення умов для досягнення економічного зростання не менше 10-15% в рік, щоб до 2030 року Україна увійшла в ТОП-30 найбільш економічно розвинених країн з ВВП на рівні \$710- \$750 млрд. Аналізуючи світові

горизонти розвитку, зіставляючи наявні сильні та слабкі сторони національної економіки, Доктрина визначає, що головним багатством і ключовим потенціалом розвитку України є людський капітал, а інвестиції в людей, тобто в науку, культуру, освіту та охорону здоров'я, дають найбільш очікуваний результат – це високотехнологічна національна економіка, а також стійке, збалансоване і всеохоплююче зростання. Доктрина пропонує нову соціально орієнтовану модель економічного розвитку, де найвищою цінністю є людина, а головною рушійною силою розвитку – реалізація креативного потенціалу нації [19].

Аналіз останніх наукових досліджень. Основоположними працями у сфері креативної економіки вважаються праці члена Консультаційної ради по креативній економіці ООН Дж. Хокінса [21] та Ч. Лендрі [13]. Вони розглядають креативність як головний фактор створення сучасного устрою

життя та необхідний атрибут ефективного розвитку нової економіки. Вагомий внесок у дослідження креативної економіки, зокрема креативного класу зробив Р. Флорида [20]. Крім даних дослідників проблемам становлення креативної економіки присвятили свої праці такі зарубіжні вчені як Т. Адорно [24], Дж. О'Коннор [11], Р. Кушинг [25], М. Хоркхаймер [24]. Серед російських дослідників креативної економіки можна виділити Р. Аюпова [1], Н. Гладких [6], О. Зеленцову [6], М. Гнедовського [4], Д. Мокира [12], А. Попикова [14], А. Степанова [18], В. Юр'єва [22].

Достатньо плідно йде робота у сфері дослідження креативної економіки такими українськими науковцями як І. Вахович [2], О. Дорошенко [5], Т. Галахова [3], С. Киристюк [8], Д. Лук'яненко [10], М. Проскуріна [16], І. Радіонова [17], О. Чуль [2], О. Ястремська [23] та інші.

Проте для прискорення розвитку креативного людського капіталу в Україні потрібно враховувати глобальні тенденції та відповідність їм національних особливостей розвитку інноваційної економіки України.

Формулювання цілей дослідження є визначення сутності креативного людського капіталу як фактору інноваційної економіки, його класифікація та пропозиції щодо розробки нових теоретичних та практичних методів та підходів до активізації, раціонального та ефективного використання креативного людського капіталу.

Виклад основного матеріалу дослідження. З початком 21 століття стало зрозумілим, що майбутнє світової економіки визначається інноваційними проектами, в першу чергу, в країнах з найбільш сприятливим середовищем для їх впровадження у життя. Успіхи на цьому шляху обумовлюються якістю людського капіталу, який головним чином безпосередньо залежить від якості освіти та науки. Останнім часом проблема розвитку креативних галузей привертає велику увагу науковців. При цьому дослідники звертають увагу на особливу роль людського капіталу – вирішального з точки

зору розвитку всіх напрямків, наріжним каменем яких є творчість та інновації.

Відповідно до даних досліджень Глобального індексу інновацій (The Global Innovation Index), збільшення видатків на НДКР та вищу освіту у 2013-2015 роках дозволило стати лідерами за темпами зростання інноваційної економіки таким державам як: В'єтнам, Малайзія, Кенія та Вірменія. Разом з цим, отримані авторами індексу результати слід інтерпретувати з поправкою на особливості розрахунків – окремі країни, що розвиваються, стрімко відриваються від сусідів, що входять до групи країн з середнім та низьким рівнем доходів населення, у той час як розвинуті країни так само динамічно віддаляються за ступенем інноваційності економіки від груп з нижчим ВВП. Наприклад, за даними Банку Розвитку Азії (ADB), не дивлячись на суттєве збільшення видатків на створення технологічних університетів в Малайзії, останні п'ять років продуктивність праці в цій країні не змінилась порівняно з Сингапуром, який продовжує нарощувати своє регіональне лідерство у сфері «розумної економіки». Пряме запозичення технологій та успішних освітніх моделей далеко не завжди гарантує швидкий перехід до економіки знань. За словами лауреата Нобелівської премії у сфері економіки Роберта Лукаса, на перший план виходять більш тонкі і не завжди такі, що піддаються виміру фактори: пасіонарність, підприємницька активність, стихійна «кластеризація талантів» в одному місці і в один час. Саме поява критичної маси людей з унікальними здібностями та навичками породжує імпульс, який «живить економічний прогрес». Парадоксально, що в епоху мобільного інтернету та віртуальних офісів, майже всі крупні технологічні компанії світу сконцентровані у порівняно компактних районах декількох міст - Сан-Франциско, Лондону, Берліну і Тель-Авіву [18, с. 19].

Необхідно констатувати той факт, людський капітал, як економічна категорія не в змозі пояснити всі передумови розвитку

креативної економіки. У зв'язку з цим, соціолог Роберт Кушинг, вивчаючи діяльність креативних сфер, виділив із соціального капіталу креативний, який і пояснює виникнення та розвиток інноваційної активності. Крім цього можна пояснити диспропорції у розвитку регіонів. Для найбільш інноваційно активних регіонів характерна наявність креативних спільнот. Вони формують креативні центри (кластери), які є центрами різноманіття інновацій та економічного зростання. Саме людський креативний капітал, на думку автора, є ключовим у економічному розвитку [25, с. 28].

Формування теорії креативної економіки припадає на початок 21 століття, коли почалося бурхливе зростання галузей, що ґрунтуються на авторському праві. Поняття «креативна економіка» вперше з'явилося в американському журналі *Business Week* у серпні 2000 року. Це нове поняття зацікавило багатьох дослідників-економістів, а також підприємців. У 2001 році вийшла праця Джона Хокінса «Креативна економіка», де він вперше дав визначення цій категорії та виділив 15 сфер, на які в середньому припадає близько 11% ВВП розвинутих країн, що складає 2,2 трлн дол., при 8-відсотковому рівні темпі зростання, який більш, ніж у 2 рази перевищує середньогалузеві темпи зростання. Вивчивши економічні складові креативних галузей, Хокінз прийшов до висновку, що вони є рушійними силами національних економік та їх розвиток є невід'ємною частиною благополуччя країни [21, с. 122].

Дещо інший підхід відображений у працях Р. Флоріди, де він виступив автором ідеї креативного класу. На його думку, успіхи регіонів залежать від рівня розвитку креативного класу.

У своїй праці «Креативний клас: люди, що змінюють майбутнє» Р. Флоріда пише, «... рушійною силою стала людська креативність, що відіграє ключову роль в економіці та суспільстві... Творча діяльність – відмінна риса людини як виду – у наш час набуває

небаченого розмаху... Прийнято вважати, що ми живемо зараз у «інформаційній економіці» або «економіці знань». Однак, більш суттєва істина заключається у тому, що сучасна економіка приводиться у дію людською креативністю. Креативність – «здатність створювати визначні нові форми», відповідно до словника Вебстера – перетворилась в основне джерело конкурентної переваги. Практично у будь-якій сфері виробництва, від автомобілебудування до індустрії моди, харчової промисловості та інформаційних технологій, перемагає в результаті той, хто володіє творчим потенціалом» [20].

На думку Р. Флоріди, економічна потреба у креативності відображається у формуванні нового класу, який він називає «креативним класом». Ядро креативного класу складають люди, що зайняті у науковій та технічній сфері, архітектурі, дизайні, освіті, мистецтві, музиці та індустрії розваг, чия економічна функція заключається у створенні нових ідей та нового креативного змісту. Крім того, креативний клас, як вважає Р. Флоріда, включає також широку групу креативних спеціалістів, що працюють у бізнесі, фінансах, правоохоронній сфері, сфери охорони здоров'я та суміжних сферах діяльності. Ці люди займаються вирішенням складних завдань, які потребують значну незалежність мислення та високий рівень освіти і людського капіталу [20].

Характерними рисами представників креативного класу є:

- чутливість до нових знань, які стають головним засобом виробництва. Прагнення бути у темі нових технологій, інновацій, досягнень науки у різних сферах;

- обмін знаннями між собою, який стає творчим процесом та не є копіюванням уже відпрацьованих алгоритмів;

- робота на стику різних сфер знань та різних професійних сфер, що активно підвищує конкурентоздатність представників креативного класу на ринку праці та робить їх унікальними спеціалістами;

- легка адаптація у мінливому світі, що потребує вміння вчасно відмовлятися від вже діючих ідей для того, щоб просувати нові;

- мобільність, що потребує готовності змінити місце роботи, місце проживання, заради кар'єри, професійного росту, можливості займатися тим, що відповідає інтересам;

- небажання належати формальним організаціям, залишатися free-lancer – вільним мисливцем;

- висока самооцінка відносно власної затребуваності на ринку праці, що сприяє легкому та достатньо активному переміщенню у пошуках роботи.

Креативність (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) – це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко та ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій. До найбільш відомих форм прояву креативності відносяться:

-інновації - внесення принципово нових ідей, нововведення;

- винаходи – створення будь-чого нового, невідомого раніше;

- відкриття – щось знову встановлене, винайдене [1].

Основними факторами, що визначають креативність людського капіталу, є з одного боку, такі особисті якості як мобільність, винахідливість, конструктивність та ін. З іншого боку – життєвий досвід та індивідуальні знання особистості у певній сфері. Останнє здатне одночасно як приносити користь так і слугувати обмежуючим фактором.

Під креативною економікою розуміється сукупність соціально-економічних відносин, що виникають з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання, що ґрунтуються на нестандартних, нетрадиційних, некопіюємих ідей, концепціях, стратегіях, заходах, що забезпечують ефективне вирішення соціально-економічних проблем на основі нових знань та принципово нових рішень [18, с. 24].

У прогностичних документах різних авторитетних міжнародних організацій йдеться про те, що у перспективі у 2020-2025 рр. найбільша частина доданої вартості буде створюватися переважно за рахунок інтелектуальних (креативних) факторів виробництва. Саме творчий підхід та креативність стануть провідними. Саме креативний клас стане стрижнем людських ресурсів у креативній економіці. Таким чином, стає зрозумілим, що головним фактором економічного розвитку у 21 столітті повинні стати креативні людські ресурси, які володіють у зростаючій мірі здатністю до креативного мислення в прийнятті та реалізації економічних рішень у всіх сферах економічної діяльності. Креативність разом з традиційними способами мислення та управління в економіці, врешті-решт, стане головним потенціалом та інструментом. Лідерами соціально-економічного та науково-технічного прогресу стануть лише ті компанії, які освоюють науку креативного управління соціально-економічним розвитком в умовах турбулентності економіки.

Як пише Ф. Котлер у своїй праці «Кінець капіталізму», серед джерел виникнення турбулентності є, зокрема, такі ризики, як технологічний прогрес, з одного боку та інформаційна революція і підривні технології та інновації – з іншого. Разом з цим у турбулентності є два головних ефекти: перший – це вразливість, і проти неї фірмам необхідно мати оборонну зброю, і другий ефект – це нові можливості, які можна використати, адже «погані часи» багатьом наносять шкоду, та деяким вони йдуть на користь [9]. Саме ці два головні ефекти турбулентності говорять про необхідність та неминучість використання та розвитку креативного капіталу компанії.

Розглядаючи креативний людський капітал, необхідно визначити галузі, в яких він функціонує. Всесвітня організація інтелектуальної власності подає таку класифікацію креативних галузей:

1. Основні галузі, до яких відноситься реклама, колекціонування, кіно та відео музика, сценічне мистецтво, видавництво, виробництво ПЗ, телебачення та радіо, образотворче мистецтво.

2. Взаємозалежні індустрії, до яких належать інформаційні носії, споживча електроніка, музичні інструменти, папір та друкарська техніка.

3. Опосередковані індустрії включають в себе архітектуру, одягу та взуття, дизайн, моду, іграшки, товари для дому [14].

Відповідно до цієї класифікації можна виділити частку людських ресурсів у креативному секторі України у 2016 році. За даними дослідженнями Liga.net у сферах креативної економіки працює 470 тис. чоловік, з них 100 тис. чол. – це IT-спеціалісти. Це всього 2,8% працюючого населення. Вони приносять країні біля 105 млрд грн (або 4,4% ВВП). Разом з цим, на думку О. Альхимович, директора найбільшої української компанії «Luxoft Ukraine», що надає послуги по розробці програмного забезпечення на глобальному ринку, креативний сегмент в Україні становить біля 1 мільйону осіб. Для порівняння креативна економіка Великобританії генерує майже £10 млн в годину та зростає майже на 9% в рік. Це індустрія на £100 мільярдів. Креативна економіка США наближається до 1 трлн дол. [7].

Більшість сфер української креативної економіки знаходяться у зародковому стані. Однак, вони тяжіють до експортної направленості, що пов'язано з бідністю українського споживчого ринку. Найбільшим та швидкозростаючим сектором є IT. Кожний зайнятий у цьому сегменті працівник приносить українській економіці біля 30 тис. дол, а це у декілька разів більше, ніж аналогічні показники у інших галузях креативної економіки.

У минулому році на передодні щорічної зустрічі у Давосі Всесвітній економічний форум (World Economic Forum, WEF) разом з консалтингової компанією А. Т. Kearney підготували доповідь, в якій міститься рейтинг розвитку людського капіталу, в якому Україна знаходиться на 34 місці. Цей

показник міг би бути вищим, якби не один із таких факторів, як можливість залучати та утримувати таланти. За цим фактором Україна опинилась на 90 місці. У доповіді було визначено, які фактори потягнули до низу Україну. Найгірша ситуація є в інституційній сфері, а саме – які умови для виробництва майбутнього формує влада та наскільки сприятлива у нас для розвитку законодавча база. Наша країна за цим критерієм знаходиться в кінці рейтингу – на 94 місці у світі. Ще один мінус – це цифрова та технологічна інфраструктура. За цим показником Україна знаходиться на 74 місці [15].

Міжнародний досвід свідчить про наявність можливостей мотивації креативного людського капіталу та підвищення його ефективності за рахунок посилення конкурентних позицій серед працівників різних сфер діяльності. Основні постулати такої тенденції звучать наступним чином.

1. Високі творчі здібності працівника і їх значення в певній сфері діяльності супроводжуються високою зайнятістю та економічною активністю на підприємстві.

2. Володіння навичками і розвиненими креативними здібностями сприяють зниженню ризику стати безробітним. У разі втрати роботи перебування людини в статусі безробітного має меншу тривалість.

3. Прояв співробітником своїх креативних здібностей збільшує його зарібок і відкриває широкий доступ до робочих місць за родом його діяльності, найбільш привабливих за посадовими повноваженнями і рівнем заробітної плати.

4. Креативність працівника в навичках і здібностях сприяє його високій територіальній та професійній мобільності [14].

Всі ці положення ґрунтуються на тому, що більш освічений і творчо розвинений співробітник набагато успішніше адаптується до змін як у соціальному, так і в економічному середовищі, він активніше прагне освоювати нові навички та отримувати нові знання,

найбільш оперативно освоює і намагається впровадити в свою повсякденну діяльність досягнення науково-технічного прогресу.

Провідним чинником формування креативного людського капіталу є освіта. Сьогодні у світі змінюються уявлення про зміст знань і освіченості, з'являються нові методи та інструменти передачі, отримання, обробки та зберігання інформації і знань. У цих умовах здатність суспільства створювати, відбирати, адаптувати, перетворювати знання в джерела добробуту і використовувати їх- має вирішальне значення для формування інноваційної економіки. Якість людського капіталу розглядається і як фактор глобальної конкурентоспроможності країн. Адже лідерами в конкурентній боротьбі сьогодні стають країни, які спираються на науковий і освітній потенціал, висококваліфіковану робочу силу та розвинену інфраструктуру [18, с. 188].

Одну з основних важливих ролей у формуванні креативного людського капіталу країни відіграє пряме інвестування в освіту (навчання і професійна підготовка та перепідготовка кадрового складу), в охорону здоров'я, науково-технічний прогрес та інновації, мобільність людських ресурсів. В Україні володіння значним креативним людським капіталом багаторазово підсилює конкурентні позиції працівників. Такий стан вказує на те, що на українському ринку праці вищу професійну освіту цінують не менше, ніж на ринках праці інших країн світу. Таким чином, варто відзначити, що на сьогоднішній день в Україні проблема фінансування ефективного відтворення креативного

людського капіталу одна з основних і пріоритетних тенденцій, що сприяє розвитку державної економіки. Однак в нашій країні спостерігається недооцінка людського капіталу, що пов'язано з низьким рівнем оплати праці робочої сили, яка має високу професійну кваліфікацію.

Висновки. Таким чином, є актуальною потреба у розробці нових теоретичних та практичних методів та підходів до активізації, раціонального та ефективного використання креативного капіталу як головного фактору становлення інноваційної економіки. В цілому Україна поки не повною мірою використовує освітній фактор в інтересах накопичення потенціалу креативності економіки. Для розвитку і підтримки креативності як на духовно-культурному, побутовому, так і на соціально-економічному рівнях необхідно змінювати наші культурно-ціннісні орієнтації, щоб вони стимулювали інтерес до креативної діяльності.

У країні потрібно створити спеціальну програму підтримки розвитку креативних інтелектуальних сервісів, продуктів та стартапів. Крім цього, ефективними діями у цьому напрямку буде залучення іноземних спеціалістів для утримання власних талантів. Необхідно починати з мотивації дітей, які від'їжджають на навчання за кордон і потім вкладають свій креативно-інтелектуальний потенціал не в Україну, а у розвиток тих країн. Не дивлячись на довготривалість цього процесу, держава повинна починати діяти у цьому напрямку вже зараз, інакше, креативна економіка в Україні ризикує залишитися лише концепцією, до якої ми прагнемо.

Література:

1. Аюпов Р. Ф. Влияние креативного капитала на развитие инновационной экономики [Електронний ресурс] / Р. Ф. Аюпов. – Режим доступу: <https://goo.gl/9AuUtM>
2. Вахович І. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва [Електронний ресурс] / І. М. Вахович, О. М. Чуль // Проблеми економіки. – 2014. – № 3. – Режим доступу: <https://goo.gl/DZdP7W>
3. Галахова Т. О. Моделирование стратегического развития креативного компонента менеджмента международных компаний в галузі програмного забезпечення та комп'ютерних послуг / Т. О. Галахова // Бізнес Інформ. – 2015. – № 5. – С. 78-87.
4. Гнедовский М. Кризис – лучший стимул для креативной экономики [Електронний ресурс] / М. Гнедовский. – Режим доступу: <http://newslab.ru/article/291960>

5. Дорошенко О. С. Становлення креативного сектору глобальної економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини / О. С. Дорошенко. – К. : КНЕУ, 2014. – С. 9-10.
6. Зеленцова Е. В. Творческие индустрии: теории и практики / Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких. – М. : Классика – XXI, 2010. – 240 с.
7. Как украинцы делают деньги на идеях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.liga.net/projects/just_business/
8. Киристюк С. В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С. В. Киристюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 6(1). – С. 68-72.
9. Котлер Ф. Конец капитализма? 14 антидотов от болезней рыночной экономики / Ф.Котлер. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/QWYRxy>
10. Лук'яненко Д. Інноваційно-креативний компонент глобального менеджменту [Електронний ресурс] / Д. Лук'яненко, О. Тітова. – Режим доступу: <https://goo.gl/6DTrn1>
11. О' Коннор Дж. Культурная политика как влияние: Экспорт идеи творческих индустрий в Санкт-Петербург / Дж. О' Коннор // Творческие индустрии в России. Культурные стратегии: Экспертный клуб. – Вып.3. – М. : Институт культурной политики, 2004. – 346 с.
12. Мокир Д. Рычаг богатства. Технологическая креативность и экономический прогресс / Д. Мокир. – М. : Изд-во Института Гайдара, 2014. – 502 с.
13. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М. : «Классика-XXI», 2011. – С. 19.
14. Попиков О. О. Креативный человеческий капитал как фактор развития инновационной экономики старны [Електронний ресурс] / О. О. Попиков. – Режим доступу: <https://goo.gl/cGu73C>.
15. Производство 2.0: готова ли Украина к прыжку в будущее [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/oLCKGV>.
16. Проскуріна М. О. Креативні індустрії як основа економічної безпеки країни [Електронний ресурс] / М. О. Проскуріна // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. – 2015. – Т. 20, Вип. 6. – С. 56-60.
17. Радіонова І. О. Місто у добу креативності: до визначення теоретичних засад політичних стратегій соціально-економічного розвитку / І. О. Радіонова // Сучасне суспільство. – 2015. – Вип. 1(2). – С. 132-146.
18. Степанов А. А. Человеческие ресурсы в креативной экономике (международная коллективная монография) / А. А. Степанов, М. В. Савина. – М., 2014. – 239 с.
19. Україна–2030. Доктрина збалансованого розвитку / Колектив авторів. – Львів : Кальварія, 2017. – 128 с.
20. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – Пер. с.англ. - М. : Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421с.
21. Хокинс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. – М. : «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
22. Юрьев В. Человеческий капитал креативного класса [Електронний ресурс] / В. Юрьев. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-kapital-kreativnogo-klassa>
23. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів : монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. – Х. : ХНЕУ, 2013. – 212 с.
24. Adorno Theodor W., Horkheimer M. Dialektik der Aufklaerung Philosophische Fragmente S.Fischer Veriag GmbH Frankfurt am Main 1969 [Online], available at: <http://www.kph.npu.edu.ua>
25. Cushing R. «Creative Capital, Diversity and Urban Growth», Unpublished manuscript, Austin, Texas, December 2001.

References:

1. Ayupov, R. F. *Vliyanie kreativnoho kapitala na razvitie innovatsionnoy ekonomiki* [The influence of creative capital on the development of innovative economy], available at: <https://goo.gl/9AuUtM>.
2. Vakhovych, I. M. & Chul, O. M. (2014). *Rozvytok creatyvnoyi ekonomiky v umovah transkordonnoho spivrobotnytstva* [Development of creative economy in conditions of cross-border cooperation], *Problems of the economy, vol. 3*, available at: <https://goo.gl/DZdP7W>.
3. Halahova, T. O. (2015). *Modeliuvannia strategichnoho rozvytku kreatyvnoho komponenta menedzhmentu u haluzi programnoho zabezpechennia ta kompyutenyh posluh* [Modeling strategic development of the creative component of management of international companies in the field of software and computer services], *Business Inform, vol. 5*, pp. 78-87.
4. Gnedovsky, M. "Crisis is the best incentive for a creative economy" [Online], available at: <http://newslab.ru/article/291960>.
5. Doroshenko, O. (2014), "The formation of the creative sector of the global economy", Ph.D. Thesis, KNEU, Kyiv, Ukraine.

6. Zelentsova, E. V. & Smooth, N. V. (2010). *Tvorcheskiye industrii: teorii i praktiki* [Creative industries: theory and practice], Classics – XXI, Moscow, Russia.
7. *Kak ukraintsi delaiut dengi na resursah* [How Ukrainians make money on ideas] [Online], available at: http://www.liga.net/projects/just_business.
8. Kyrziuk, S. V. (2014), "International and domestic trends in the development of a creative economy", *Scientific Bulletin of the Kherson State University*, vol. 6 (1), pp. 68-72.
9. Kotler, F. (2016), "The end of capitalism? 14 Antidotes from Market Economy Diseases", [Online], available at: <https://goo.gl/QWYRxy>.
10. Lukyanenko, D. & Titova, O. *Innovatsiyno-kreatyvnyi komponent globalnogo menedzhmentu* [Innovative-creative component of global management] [Online], available at: <https://goo.gl/6DTrn1>.
11. O'Connor J. (2004), *Kulturnaya politika kak vliyanie: Export idei tvorcheskikh industry v Sankt-Peterburge* [Cultural Policy as Influence: Exporting the Ideas of Creative Industries to St. Petersburg], Institute of Cultural Policy, Moscow, Russia.
12. Mokir, D. (2014), *Rychag bogatstva. Tehnologicheskaya kreativnost i ekonomicheskii progress* [The lever of wealth. Technological Creativity and Economic Progress], Publishing House of Gaidar Institute, Moscow, Russia.
13. Landry, C. (2011), *Kreativny gorod* [Creative City], Classics-XXI, Moscow, Russia [in Russian].
14. Popikov, O. O. "Creative human capital as a factor in the development of the innovation economy of the country" [Online], available at: <https://goo.gl/cGu73C>.
15. "Production 2.0: is Ukraine ready to jump into the future", [Online], available at: <https://goo.gl/oLCKGV>.
16. Proskurina, M. O. (2015), "Creative industries as the basis of the country's economic security", *Bulletin of the Odessa National University*, vol. 20/6, pp. 56-60.
17. Radionova, I. O. (2015), "The city at the age of creativity: the definition of the theoretical foundations of political strategies of socio-economic development", *Modern society*, vol. 1 (2), pp. 132-146.
18. Stepanov, A. A. & Savina, M. V (2014). *Chelovecheskie resursy v kreativnoy ekonomike* [Human Resources in the Creative Economy], Moscow, Russia.
19. *Ukraina-2030. Doktryna zbalansovonoho rozvytku* (2017) [Ukraine-2030. The doctrine of balanced development], Calvary, Lviv, Ukraine.
20. Florida, R. (2007), *Kreativnyi Klass: lyudi kotorye menyayut budushee* [Creativity class: people who change the future], Publishing House "Classics-XXI", Moscow, Russia.
21. Hawkins, J. (2011), *Kreativnaia ekonomika* [Creativity], Classics-XXI, Moscow, Russia.
22. Yuryev, V. *Chelovecheskiy kapital kreativnogo klassa* [Human capital of the creative class] [Online], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-kapital-kreativnogo-klassa>.
23. Yastremska, O. M. & Bardadym, O. I. (2013), *Motyvatsiya kreatyvnosti novatoriv* [Motivational of creativity innovators], HNEU, Harkiv, Ukraine.
24. Adorno, Theodor, W., & Horkheimer, M. (1969). *Dialektik der Aufklaerung Philosophische Fragmente* S.Fischer Verlag GmbH Frankfurt am Main [Online], available at: www.kph.npu.edu.ua.
25. Cushing, R. (2001). "Creative Capital, Diversity and Urban Growth", Unpublished manuscript, Austin, Texas.

