

УДК 332.14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-12>

Поснова Т. В.

Університет державної фіскальної служби України

КРЕАТИВНИЙ КАПІТАЛ ТА НОВА ЕКОНОМІКА МІСТА

Досліджено теоретичні питання впливу креативного капіталу на формування нової економіки міста. На прикладі розвитку таких міст, як Лондон, Берлін, Токіо, Шанхай, Нью-Йорк, Сінгапур, Сеул, Барселона, з'ясовано, що у цих містах креативні індустрії та креативний капітал стали причиною вражаючих змін у соціальній, культурній та економічній сферах. У статті подано визначення креативного капіталу та розглянуто умови його формування. Розглянуто інституційну базу функціонування креативних індустрій та особливості розвитку креативних міст України. Проаналізовано результати досліджень, проведених на основі апробаційної Методології Індексу культурного та креативного потенціалу міст України. Надано пропозиції щодо співпраці бізнесу і держави шляхом створення нових форм їх взаємодії у сфері креативної економіки.

Ключові слова: креативний капітал, креативне місто, креативна економіка, економіка міста.

Постановка проблеми. Традиційно вважається, що економічний добробут країни визначається сприятливим географічним розташуванням на світових торговельних шляхах, наявністю у країни природних ресурсів та розвинутої промисловості. Однак в умовах постіндустріального розвитку на початку ХХІ ст. почала формуватися нова модель суспільно-економічних відносин, в якій однією з перспективних є креативна індустрія, що ґрунтується на використанні креативного капіталу, котрий є генератором інноваційних та соціально-культурних ідей та продуктів, що мають високу економічну цінність. Експерти Давоського форуму відзначають, що креативні індустрії будуть поглинати людей, що вивільняються у результаті переходу на новий роботизований технологічний уклад. Відповідно, на перше місце виходитимуть такі навички працівників, як комплексне вирішення проблем, критичне мислення та креативність.

З одного боку, для формування креативного капіталу необхідне відповідне середовище, а саме поєднання внутрішніх та зовнішніх умов, що є ключовим критерієм для здійснення інноваційної діяльності та головною умовою під час запровадження концепції «креативне місто». З іншого боку, саме креативний капітал сприяє розвитку креативних міст. Креативне місто – це об'єднання в межах міста та регіону творчих здібностей (креативності) людей та співтовариств для формування сприятливого соціального-економічного середовища, адже саме міста нині конкурують між собою за інвестиції, робочі місця та талановитих людей, які створюють нові ідеї та можливості.

Дослідження показали, що креативні індустрії зростають прискореними темпами, приблизно 7,5–8% на рік, тоді як самі економіки зростають зі швидкістю 2,5–3% на рік. За даними Конференції ООН із торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), інтенсивність світової торгівлі креативними товарами за останні 10 років зросла більше ніж у два рази. Товарообіг становить \$600 млрд, а креативні індустрії становлять близько 3% світового ВВП [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Витоки концептів креативного капіталу та креативного міста традиційно відносять до праці Дж. Хоукінса «Креативна економіка», робіт Р. Флоріді «Креативний клас» та «Хто твоє місто? Креативна економіка та вибір місця проживання», праці Р. Кушинга «Креативний капітал, різноманіття та зростання міст» та праці Ч. Лендрі «Креативне місто».

В Україні дослідженнями креативної економіки та розвитку креативних міст займаються такі науковці, як С. Давимука, Ю. Трач, І. Радіонова, О. Чуль, Л. Федулова, А. Шевцова та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні в Україні практично відсутні наукові теоретичні розробки у напрямі взаємозв'язку креативного людського капіталу та розвитку креативних міст.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є з'ясування прямих і зворотних зв'язків у взаємодії креативного капіталу та креативного міста й формування на основі цього нової економіки міста.

Виклад основного матеріалу. Креативний капітал та креативні індустрії є невід'ємними складниками стійкого, безпечного, екологічного урбаністичного розвитку. Акумуляючи навколо себе значні людські й фінансові ресурси, вони пришвидшують зростання міст, сприяють структурній стабільності та економічному оновленню міст із переважаючими традиційними видами діяльності. Зміцнення креативного та культурного потенціалу міст зберігає та залучає таланти шляхом створення цінних робочих місць, приваблює інвесторів, а також розвиває туризм завдяки вдосконаленню іміджу території. Креативні індустрії мають здатність взаємодіяти з іншими видами діяльності, що часто призводить до агломерації та кластеризації, як наслідок – удосконалення інфраструктури й послуг, які сприяють високій частці доданої вартості на місцевому рівні.

Синергію креативності та місць проживання відображено в терміні «баукультур». Відповідно до Декларації країн – учасниць Європейської культурної конвенції, що була прийнята напередодні Всесвітнього економічного форуму в м. Давосі (Швейцарська Конфедерація) 2018 р., *baukultur* розглядається як культура середовища проживання, що капіталізує міста і забезпечує розумне та комплексне зростання майбутнього регіонів. Залучення ресурсів креативних індустрій дає змогу містам органічно вписувати традиційний культурний спадок території у нові урбаністичні практики, інтегрувати архітектурні форми в природне довкілля задля створення комфортних та інклюзивних просторів, передбачає потреби прийдешніх поколінь, що мешкатимуть у наших містах [5].

Приклад розвитку таких міст, як Лондон, Берлін, Токіо, Шанхай, Нью-Йорк, Сінгапур, Сеул, Барселона, демонструє, що у цих містах креативні індустрії стали причиною вражаючих змін у соці-

альній, культурній та економічній сферах, що підтверджує думку про те, що в постіндустріальному суспільстві креативність та талант є ключовими чинниками економічного розвитку [6].

Так, економічна і соціальна нестабільність у Великобританії у 80-х роках вимагала від влади якнайшвидшого вирішення назрілих проблем. Ключовим моментом стали перетворення, внаслідок яких першочергового значення почали набувати людські ресурси та розширення об'єкта культурної політики. Ставка уряду була зроблена на творчі й культурні ресурси, у результаті сьогодні Великобританія постачає на світовий ринок не сталь і текстиль, а «творчий», або «інтелектуальний», продукт: предмети дизайну, книги, фільми, мультимедіа-технології і т. д.

Згідно з дослідженням креативного капіталу міст, проведеним консалтинговими компаніями Calvert 22 і PwC у 2016 р., Лондон зайняв лідерську позицію. У креативному секторі Лондона зайнятий кожен восьмий працівник, а його загальний внесок в економіку міста перевищує 11%. Із 2010 по 2015 р. динаміка зростання креативного сектору Лондона (8%) перевищила загальне зростання економіки (5%). Найбільш інтенсивно зростали сфери архітектури (на 22% щорічно), реклами і маркетингу (на 20%), а також сфери, які стосуються «культурної економіки» [3].

За даними звіту Creative New York, випущеного центром Urban Future в 2015 р., Нью-Йорк випереджає за кількістю зайнятих у креативній економіці такі американські творчі центри, як Сан-Франциско і Лос-Анджелес. Середньорічний темп зростання креативного сектору Нью-Йорка становить 5%, тоді як остання частина економіки зростає на 3,8% на рік. Креативні кластери Нью-Йорка нині є помешканням для 8% усіх фен-дизайнерів США, 14% режисерів і продюсерів, а також 12% редакторів усіх друкарських засобів. В основі креативного сектору Нью-Йорка – індустрія «Медіа» (50%), потім йдуть «Дизайн і архітектура» (25%), «Цифрові технології» (18%) [17].

У Барселоні близько 50 тис осіб зайнято в креативному секторі, і вони генерують близько 4 млрд євро. Після Олімпійських ігор 1992 р. Барселона перетворилася на креативний хаб, а 22-й квартал, який до цього був промисловим районом, за 25 років перетворився на новий центр міста.

Щодо розвитку креативності в Китаї, відомий дослідник Майкл Кейн у статті Why China wants creativity? відзначає, що Олімпіада 2008 р. в Пекіні та Всесвітня виставка 2010 р. в Шанхаї стали результатом масштабної державної програми розвитку творчих індустрій. Ще в 2000 р. уряд Китаю включив розвиток креативних індустрій до переліку рекомендацій до п'ятирічного плану розвитку країни. Але в Китаї метою розвитку креативних індустрій є не збільшення кількості робочих місць або «відновлення» міст, а створення інновацій. Основний акцент щодо розвитку креативних індустрій робиться на програмне забезпечення, мультимедіа, 3D-технології, рекламу та інші види інтелектуальних продуктів [16].

У Республіці Корея в 2013 р. був запущений проект «Креативне місто», що є платформою для консультативної допомоги людям, які володіють цікавими ідеями, також на цьому порталі вирішуються проблеми, що виникають під час роботи вже існуючих підприємств та науково-дослідних центрів. У структурі креативної економіки Сеула

переважають сфера цифрових технологій (50%), медіа (29%), дизайн і архітектура (19%), сфера мистецтва і культури займає лише 3%. Основним джерелом державного фінансування креативної економіки Республіки Корея з 2013 р. є Корейський банк розвитку. Крім того, у плані уряду в напрямі створення креативної економіки особлива увага приділяється чеболям, їм відводиться провідна роль у створенні необхідної інфраструктури та фінансування [1].

Сінгапур вважається інноваційним хабом нового устрою. Він залучає інвесторів вигідним географічним положенням та низьким рівнем оподаткування. У Сінгапурі діє ціла система підтримки креативної економіки, особливо сфери ІТ, як від держави, так і від приватних фондів, які не лише створюють програми підтримки стартапів, а й просувають їх.

Загалом лідером у розвитку креативних індустрій є Азіатсько-Тихоокеанський регіон, на який припадає 33% усіх світових доходів від креативних індустрій і створюється 43% робочих місць із найбільшою споживчою базою і швидкозростаючим середовищем.

Щодо інституційного забезпечення розвитку креативної економіки, то в листопаді 1998 р. у документі з картування креативних індустрій Департаментом культури, медіа і спорту уряду Великобританії вперше було сформульовано поняття «креативні індустрії» (creative industries): «Креативні індустрії – це діяльність, в основу якої покладено індивідуальне творче начало, навичка чи талант, які несуть у собі потенціал створення доданої вартості та робочих місць шляхом виробництва та експлуатації інтелектуальної вартості» [1].

У 2000 р. було вперше прийнято Лісабонську стратегію, яка сформулювала концептуальні засади інноваційно-креативного розвитку, в якій основними завданнями є створення робочих місць і нарощування потенціалу економічного зростання за допомогою інновацій та інвестицій у людський капітал. У Звіті з Європейської конкурентоспроможності від 2010 р. було відзначено ключову роль креативного капіталу та інновацій як основних стратегічних драйверів розвитку ЄС. У стратегії «Європа – 2020» наголошується на важливості креативності, інновацій та підприємництва [13].

Важливість інвестицій у культуру та творчий сектор підкреслює і програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014–2020 рр. Ця програма є рамковим документом, спрямованим на підтримку європейського культурного й аудіовізуального секторів. Бюджет програми на період 2014–2020 рр. становить 1,46 млрд євро. На відміну від попередніх культурно-гуманітарних проєктів Європейської Комісії нова програма передбачає участь країн, які не є членами ЄС: України, Молдови, Грузії та Туреччини. Україна до програми «Креативна Європа» приєдналася 19 листопада 2015 р. [9].

У 2019 р. Кабінет Міністрів України затвердив «Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій». До них зокрема, відносяться: виробництво ювелірних і подібних виробів; виробництво музичних інструментів; видання книг; видання газет; видання журналів і періодичних видань; видання комп'ютерних ігор; комп'ютерне програмування; видання іншого програмного забезпечення; виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; діяльність у

сфері радіомовлення; діяльність у сфері архітектури; дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук; рекламні агентства; спеціалізована діяльність із дизайну; освіта у сфері культури; театральна та концертна діяльність; функціонування бібліотек, архівів та музеїв тощо [8].

Розглянемо сутність креативного капіталу, на основі якого функціонують креативні індустрії та, відповідно, креативні міста. Засновником поняття креативного капіталу вважається соціолог Р. Кушнінг. Вивчаючи діяльність креативних галузей, він виділив із соціального капіталу креативний капітал, за допомогою чого пояснив виникнення та розвиток інноваційної активності. Окрім того, це пояснює диспропорцію у розвитку одних регіонів по відношенню до інших. Р. Кушнінг обґрунтував, що для найбільш інноваційно активних регіонів характерним є наявність креативних спільнот, на основі яких формуються креативні кластери, які є центрами різноманітності, інновацій та економічного зростання [14].

Загалом креативний людський капітал можна визначити як сукупність оригінальних знань, креативних здібностей, навичок та вроджених талантів, витрати на оволодіння якими чи їх розвиток у майбутньому можуть приносити дохід унаслідок створення інноваційних продуктів [10].

Умовами формування та розвитку високоефективного креативного людського капіталу на рівні держави є:

- потреба у масштабних інноваціях, які визначають зростаючий попит на унікальні ідеї, що здатні перетворюватися на нові знання;
- наявність у суспільстві адекватної науково-освітньої системи, що здатна забезпечити таку щільність когнітивного простору, яка може задовольнити запити економічних агентів у розвитку їх ключових компетенцій.

На рівні міста такими умовами для розвитку креативного капіталу є наявність:

- розвинутої міської креативної інфраструктури;
- ефективного бізнес-середовища;
- належного врядування;
- транспортної доступності міста.

Одним із найвидатніших діячів у сфері вивчення феномену «креативне місто» є Ч. Лендрі, британський фахівець із розвитку міст. Під його керівництвом були реалізовані міські проекти по всьому світу – від Албанії до Гонконгу, від Нової Зеландії до Мексики. Його концепція «креативного» міста народилася з роздумів про те, що деякі міста змогли пристосуватися до історичних змін, а деяким навіть удалося отримати із цих змін вигоду. Відповідно до цієї концепції, культурні та креативні ресурси є сировиною, що приходить на зміну нафті, сталі й золоту, та за рахунок якої формуються базові цінності міста. Завдяки культурним ресурсам конструюється імідж міст, що сприяє залученню інвестицій та розвитку туризму [7].

Головне завдання креативного міста – створення інноваційного середовища, тому що креативність – це передумова інновацій. Головним інструментом у створенні таких середовищ є креативні індустрії. Згідно з Ч. Лендрі, інновація – це реалізація на практиці нової ідеї, яка отримана за допомогою креативного мислення представників креативного класу. Креативний клас, або творчі люди, розглядаються автором не як група представників певних «богемних» професій, а як клас представників абсолютно різних професій, що

складається з талановитих, гнучких і енергійних людей, здатних вільно й креативно мислити, виходячи далеко за рамки буденності [7]. Своєю чергою, засновник теорії креативного класу Р. Флоріда також вважає, що головним чинником, який сприяє економічному розвитку міст та регіонів, є креативна еліта [18]. Таким чином, саме людський креативний капітал є ключовим чинником в економічному розвитку міст та регіонів.

Міста стають точками концентрації креативного людського капіталу і фінансових ресурсів, основних інтелектуальних і виробничих потенціалів, наявних можливостей розвитку інновацій та конкурентоспроможності, а також інфраструктури та державних послуг – це те, що робить їх «полюсами» регіонального розвитку та чинниками конкурентоспроможності націй. Місто – це система, яка створює основну та додаткову вартість і значну частку ВВП країни. Як слушно зауважує І. Радіонова, здатність суспільств та окремих міст генерувати та використовувати креативність людини, водночас мінімізуючи відповідні інноваційні ризики, є вимогою сучасності та умовою їхньої високої конкурентоспроможності на глобальній арені [11].

Для збереження та розвитку креативного потенціалу в розвинутих країнах світу діє концепція «креативного міста». «Креативне місто» повинне мати такі елементи інфраструктури міста, які сприяють розвитку креативного людського капіталу та загалом креативної економіки. Концепція «креативного міста» включає у себе зручну транспортну систему, продумані місця для відпочинку та раціональне розміщення житлових та робочих кварталів. Транспортне сполучення відіграє одну з вирішальних ролей у визначенні якості життя міських жителів.

В Україні у грудні 2016 р. в рамках дискусійної зустрічі «Креативне місто» була представлена програма розвитку Львова до 2025 р., відповідно до якої всі бібліотеки планується перетворити на медіатеки, що гуртуватимуть навколо себе креативних людей. Також місто підтримує розвиток бізнес-інкубаторів, зокрема вже працюють Startup Depot та iHUB. Згідно з програмою, створювати креативне середовище планують через так звані «тепліці»: стартап-депо, коворкінг-хаби, креативні квартали та громадські простори на перетині сфер [15].

Також у 2016 р. у Києві запустилося перше в країні інноваційне місто Unit City, і на його території перший Technology Companies Development Center розмістив 26 офісів технологічних команд, дві лабораторії та навчальний центр. Серед найуспішніших українських інкубаторів-акселераторів можна назвати GrowthUP, 1991 Open Data Incubator, Fintech Master, WannaBiz, IoT Hub та AgroChallenge [15]. У 2019 р. був проведений Kyiv Smart City Forum 2019, який став однією з головних подій Східної Європи, присвячених популяризації smart city-технологій та впровадженню інноваційних рішень у містах. Метою форуму було привернення уваги до використання технологій smart-сіті для розбудови міської інфраструктури, а також знайомство громадськості з найкращими українськими і світовими практиками та реальними кейсами [15].

У 2018 р. на замовлення Kyiv Smart City у Києві вперше презентували апробаційну Методологію Індексу культурного та креативного потенціалу міст України, а також фреймворки його оцінювання. На даному етапі методологія містить

близько 100 показників, що збиралися для Дніпра, Києва, Львова, Одеси та Харкова.

Основними цілями розроблення Індексу креативного потенціалу міст були:

1. Здійснення оцінки потенціалу міст, їх культури та креативності.

2. Упровадження дискусії щодо розвитку культури та креативності в містах України, оскільки розвиток креативних галузей міст має більш ширший вплив, аніж просто отримання економічної вигоди, що пов'язана з виробництвом, споживанням і поширенням культурного продукту та послуг.

В основу Індексу покладено три групи показників, що свідчать про потенціал міста у розвитку культури та креативності:

- жвавість культурного життя;
- розвиток культурних та креативних галузей економіки;
- умови, що сприяють розвитку культури та креативності у цілому [2].

Структуру Індексу культурного та креативного потенціалу міст представлено на рис. 1.

За результатами даного дослідження у межах субіндексу «Культурне життя», що включає культурну інфраструктуру та участь у культурному житті, Львів отримав 9,35 бали, Київ – 7,86, Одеса – 5,25, Дніпро – 4,20, Харків – 2,37 бали.

Субіндекс «Креативна економіка» включає показники розвитку різних галузей креативної економіки та збалансованість їхнього розвитку на основі методології Європейської Комісії. За результатами дослідження найбільше балів у межах даного субіндексу отримав Київ – 19,65 бали,

Львів – 15,99, Харків – 10,68, Одеса – 9,82 та Дніпро – 5,94 бали. За збалансованістю розвитку культурних та креативних галузей лідерські позиції зайняли Львів і Одеса – 1,48 і 1,47 бали відповідно. Харків отримав 1,09 бали, Дніпро – 0,93, Київ – 0,52 бали [2].

На основі субіндексу «Сприятливі умови» вимірюється наявність додаткових чинників, що мають вплив на розвиток культури та креативності. Так, найбільш сприятливі умови для розвитку культури та креативності склалися в Києві – 28,58 бали, друге місце належить Львову – 24,82 бали. Одеса отримала 11,38 бали, Дніпро – 10,78, Харків – 10,11 бали. За підіндексом «Таланти» у структурі субіндексу «Сприятливі умови», який дає можливість оцінити здатність міст формувати та притягувати людський капітал, найбільше балів отримав Львів – 6,67, на другому місці знаходиться Київ – 5,07 бали, далі йдуть Харків – 2,20, Дніпро – 0,83, Одеса – 0,3 бали [2].

На основі даного дослідження, з одного боку, міська влада зможе ефективніше формувати стратегії розвитку міста, адже індекс дає змогу оцінити можливості міста й обґрунтовано підійти до формалізації потреб у сфері розвитку культури та креативності. З іншого боку, такі дослідження сприятимуть залученню у міста додаткового креативного капіталу, який, своєю чергою, буде сприяти креативному розвитку міст.

Висновки і пропозиції. Для ефективного та креативного розвитку міст необхідно зміцнювати людський креативний капітал, що передбачає створення відповідних умов для праці та реалізації творчого потенціалу людей, у тому числі необ-

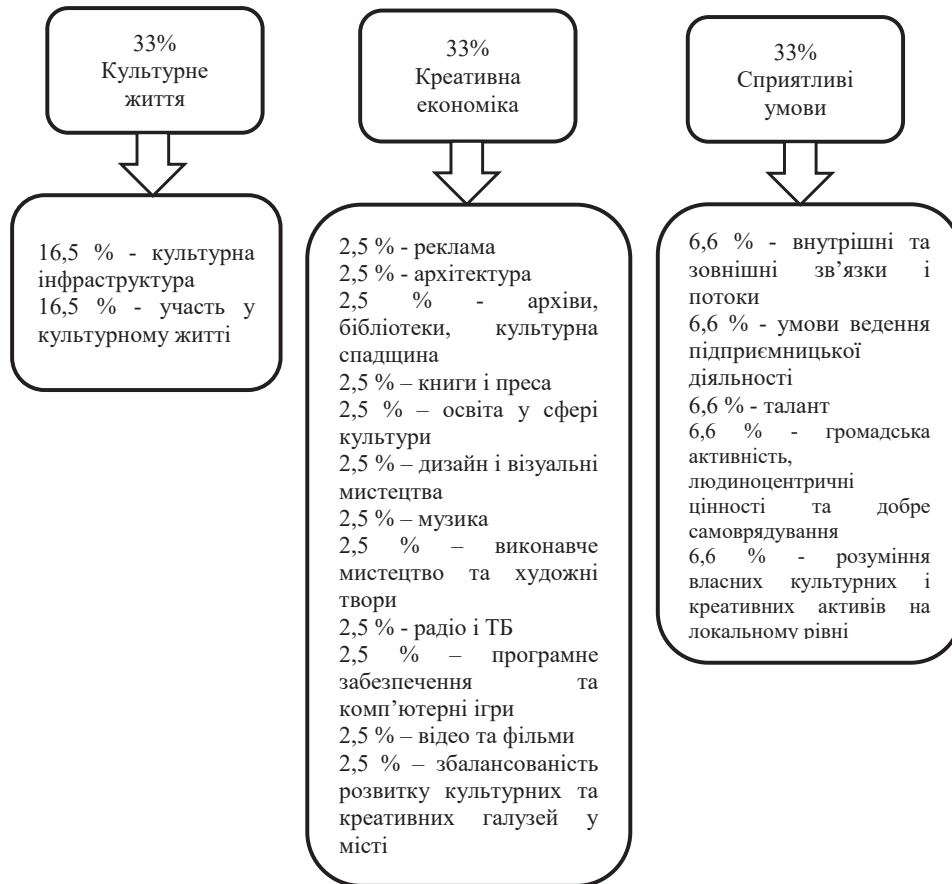


Рис. 1. Структура індексу культурного та креативного потенціалу міст
Джерело: складено за [2]

хідна розвинена система креативних індустрій. Йдеться не тільки про пропозицію якісного і доступного культурного продукту, а й про суттєві доробки законодавчої бази, статистичного обліку, але найголовніше полягає у пріоритетному ставленні влади до розвитку цього виду активності суспільства. Для цього необхідна плідна співпраця бізнесу і держави шляхом створення нових

форм взаємодії, зокрема впровадження поворотних позичок як ризикового капіталу в креативному секторі. Такі заходи будуть сприяти зміцненню креативного потенціалу міста, що дасть змогу українським містам виходити на нові траєкторії розвитку, знаходити нові економічні перспективи та мати спроможність вирішувати соціальні питання.

Список використаних джерел:

1. Давимука С.А., Федулова Л.І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія ; Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України. Львів, 2017. 528 с.
2. Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». Київ : Аналітичний центр CEDOS, 2018. 20 с.
3. Индекс креативного капитала. URL: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html> (дата звернення: 15.01.2020).
4. Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД). URL : <https://www.un.org/ru/ga/unctad/> (дата звернення: 16.01.2020).
5. Креативні міста методичні рекомендації щодо приєднання українських міст до Мережі креативних міст ЮНЕСКО. URL : <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/403/city.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).
6. Новая экономика городов: креативный капитал и территориальное развитие. URL : <https://rusinvestforum.org/news/novaya-ekonomika-gorodov-kreativnyy-kapital-i-territorialnoe-razvitie/> (дата звернення: 15.01.2020).
7. Лэндри Ч. Креативный город. Москва : Классика-XXI, 2011. 399 с.
8. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80> (дата звернення: 18.01.2020).
9. Перспективи приєднання України до платформи «Креативна Європа» : аналітична записка. URL : <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/perspektivi-priednannya-ukraini-do-platформи-kreativna-evropa> (дата звернення: 15.01.2020).
10. Поснова Т.В. Креативний людський капітал як чинник інноваційного розвитку економіки. *Економічний простір*. 2019. № 141. С. 172–182. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2019_141_16 (дата звернення: 18.01.2020).
11. Радіонова І.О. Місто у добу креативності: до визначення теоретичних засад політичних стратегій соціально-економічного розвитку. *Сучасне суспільство*. 2015. Вип. 1(2). С. 132–146.
12. Хокинс Дж. Креативная экономика. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
13. Europe 2020. A strategy for smart sustainable and inclusive growth. European Commission. URL : http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm (дата звернення: 19.01.2020).
14. Кушинг Р. Cushing R. Creative capital, diversity and urban growth: unpublished manuscript. Austin (Texas). 2001.
15. Kyivsmartcity. URL : <https://www.kyivsmartcity.com/news/u-kiyevi-prezentovali-indeks-kulturnogo-i-kreativnogopotencialu-mist/> (дата звернення: 15.01.2020).
16. Keane M. Why China wants creativity? URL : <https://chinadigitaltimes.net/2009/03/why-china-wants-creativity/> (дата звернення: 15.01.2020).
17. Creative New York. URL : <https://nyc.moma.org/> (дата звернення: 19.01.2020).
18. Florida, R. The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life Richard Florida. Basic Books, 2002. P. 328.

References:

1. Davymuka, S. A. and Fedulova, L. I. (2017). *Kreatyvnyy sektor ekonomiky: dosvid ta napryamy rozbudovy* [Creative sector of economy: experience and directions of development]. DU «Instytut rehional'nykh doslidzhen' imeni M. I. Dolishn'oho NAN Ukrayiny». L'viv, Ukraine.
2. Zvit shchodo opratsyuvannya danykh dlya mist Dnipro, Kyiv, L'viv, Odesa, Kharkiv aprobatyynoho doslidzhennya «Indeks kul'turnoho ta kreatyvnoho potentsialu mist Ukrayiny» (2018) [Report on data processing for the cities of Dnipro, Kyiv, Lviv, Odessa, Kharkiv of the approbation study "Index of cultural and creative potential of Ukrainian cities"]. Analitichnyy tsentr CEDOS, Kyiv, Ukraine.
3. Creative Capital Index, Available at: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html> (accessed 15 January 2020).
4. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Available at: <https://www.un.org/ru/ga/unctad/> (accessed 16 January 2020).
5. Creative cities Guidelines for joining Ukrainian cities in the UNESCO Creative Cities Network. Available at: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/403/city.pdf> (accessed 15 January 2020)
6. The new urban economy: creative capital and territorial development URL: <https://rusinvestforum.org/news/novaya-ekonomika-gorodov-kreativnyy-kapital-i-territorialnoe-razvitie/> (дата звернення: 15.01.2020).
7. Landry, C. (2011). *Kreatyvnyy gorod*. [Creative city], Classic-XXI Publishing House, Moscow, Russia.
8. Rozporyadzhennya Kabinetu ministriv Ukrayiny (2019) [On the approval of economic activities that belong to the creative industries], Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80> (accessed 18 January 2020)
9. Prospects for the recognition of Ukraine to the Creative Europe platform. Analytic note. Available at: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/perspektivi-priednannya-ukraini-do-platформи-kreativna-evropa> (accessed 20 January 2020)
10. Posnova, T.V. (2019). *Kreatyvnyy lyuds'kyi kapital yak chynnyk innovatsiyynoho rozvytku ekonomiky* [Creative people's capital as an official of economic development]. *Ekonomichnyy prostir*, no 141, p. 172-182, Ukraine, Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2019_141_16 (accessed 18 January 2020)
11. Radionova I. O. (2015). *Misto u dobu kreatyvnosti: do vyznachennya teoretichnykh zasad politychnykh stratehiy sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku* [City in the Age of Creativity: Towards the Determination of Theoretical Foundations of Political Strategies for Socio-Economic Development], *Suchasne suspil'stvo*, No1, p. 132-146.
12. Khokins, Dzh (2011). *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economics], Moskva, Russia.
13. Europe 2020. A strategy for smart sustainable and inclusive growth. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm. (accessed 19 January 2020).
14. Cushing, R. (2001). *Creative capital, diversity and urban growth*. Austin, USA.

15. Kyivsmartcity. Available at: <https://www.kyivsmartcity.com/news/u-kiyevi-prezentuvali-indeks-kulturnogo-i-kreativnog-opotencialu-mist/> (accessed 15 January 2020).
16. Keane, M. Why China wants creativity? Available at: <https://chinadigitaltimes.net/2009/03/why-china-wants-creativity/> (accessed 15 January 2020).
17. Creative New York. Available at: <https://nyc.moma.org/> (accessed 19 January 2020).
18. Florida, R. (2002). *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.

Поснова Т. В.

Университет государственной фискальной службы Украины

КРЕАТИВНЫЙ КАПИТАЛ И НОВАЯ ЭКОНОМИКА ГОРОДА

Резюме

Исследованы теоретические вопросы влияния креативного капитала на формирование новой экономики города. На примере развития таких городов, как Лондон, Берлин, Токио, Шанхай, Нью-Йорк, Сингапур, Сеул, Барселона, выяснено, что в этих городах креативные индустрии и креативный капитал стали причиной впечатляющих изменений в социальной, культурной и экономической сферах. В статье даны определения креативного капитала и рассмотрены условия его формирования. Рассмотрена институциональная база функционирования креативных индустрий и особенности развития креативных городов Украины. Проанализированы результаты исследований, проведенных на основе апробационной Методологии Индекса культурного и креативного потенциала городов Украины. Представлены предложения о сотрудничестве бизнеса и государства путем создания новых форм их взаимодействия в сфере креативной экономики.

Ключевые слова: креативный капитал, креативный город, креативная инфраструктура, экономика города.

Posnova Tetiana

University of the State Fiscal Service of Ukraine

CREATIVE CAPITAL AND THE NEW ECONOMY OF THE CITY

Summary

Theoretical questions of the creative capital influence on the new economy formation of the city are investigated. It was found out that the creation of creative capital requires an appropriate environment, namely the combination of internal and external conditions, which are the key criterion for innovation and the main condition for the implementation of the "creative city" concept. On the other hand, creative capital contributes to the development of creative cities. Creative capital and the creative industries are an integral part of sustainable, secure, environmentally friendly urban development. By accumulating significant human and financial resources around them, they accelerate urban growth, promote structural stability and economic renewal in cities dominated by traditional activities. Strengthening the creative and cultural potential of cities preserves and attracts talent by creating valuable jobs, attracting investors, and developing tourism through improving the image of the area. The example of the cities' development such as London, Berlin, Tokyo, Shanghai, New York, Singapore, Seoul, Barcelona shows that in these cities, the creative industries have caused dramatic changes in the social, cultural and economic spheres, confirming the view that in a post-industrial society, creativity and talent are key drivers of economic development. The institutional base of creative industries' functioning is considered in the article. The definition of creative capital is given and the conditions of its formation are considered. At the city level, the following conditions for the development of creative capital are the presence of: developed urban creative infrastructure; effective business environment; good governance; city accessibility. The article also analyzes the approbation methodology of the Kyiv Smart City Cultural and Creative Capital Index commissioned by Kyiv Smart City, as well as the framework for its evaluation. Thus, cities become the point of creative human capital and financial resources concentration, basic intellectual and production potentials, available opportunities for innovation and competitiveness, as well as infrastructure and public services, which make them "poles" of regional development and factors of nations' competitiveness.

Keywords: creative capital, creative city, creative infrastructure, city economy.