

**Калита Т.В.**

*Національний педагогічний університет*

*імені М.П. Драгоманова (м. Київ)*

*ORCID: 0000-0003-4723-0236*

## **КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: МІЖ РИНКОМ І МИСТЕЦТВОМ**

Ідентифікація статусу креативної економіки у системі суспільних відносин є однією з найбільш актуальних тем сьогодення. Що таке креативна економіка?.. Чи є «креативна економіка» економікою у сфері культури, чи це є спроба зробити економіку творчою за спрямуванням, чи вузько орієнтована система, яка відповідає за купівлю-продаж продуктів арт-сфери (арт-продуктів/послуг), чи загальна система, яка займається виробництвом, просуванням й реалізацією будь-якої продукції, за основами маркетингу, що носить креативний характер (уподібнений до естетики)?.. Якщо ці значення перетинаються, або доповнюють один одного – маємо символічний обмін («машину бажань»), у межах якого циркулюють концепти, бренди і образи, з іншого боку, вони можуть виключати один одного.

З розгляду креативної економіки, як соціально-культурологічної категорії, виникає потреба в охарактеризуванні особливостей наповнення її змісту. По-перше, чи розглядається виробництво продукту/послуги виключно у якості мети, коли той, хто вкладає кошти (продюсер, інвестор, антрепренер) у креативний клас (продукт), турбується лише про отримання прибутку. Що є межею у складових реалізації продукту/послуги сфери культури, коли стоїть вибір між якістю послуги/товару й очікуваним прибутком, коли, як приклад, інвесторів цікавить дохідна складова, що зорієнтовує на просування арт-продукту серед масової публіки, а це призводить як до зниження естетичної якості продукту, залежності від ринку, так і до втрати автентичності.

Чи зацікавлений (ціннісно) інвестор у збереженні автентичності творчої особистості? І чи готовий він задля цього на зменшення прибутку? Чи він орієнтований на поєднання пріоритетів прибутку (ринку) і пріоритетів

автентичності (творчості)? Або ще один варіант: відмова від частини швидкого прибутку заради контенту (образу, ідеї) або майбутнього прибутку незалежно від рівня творчості.

В той же час креативна економіка може розвиватися лише в умовах абсолютно вільного ринку, що намагається здійснити апропріацію (термін Н. Буріо) творчої продукції, «присвоєння» культури як площини прибутку.

Глобальне фокусування напрямку розмежування: чи є ця креативна складова економіки частиною соціо-культурного напрямку, чи є виключно економічною характеристикою? Якщо креативна економіка є складовою «чистої» економіки, тоді йде мова лише про прибуток. Що ж формує креативну економіку як складову соціально-культурної сфери?.. Мета креативної економіки характеризується просування символів, які втілюють автентичність буття творчості (онтологічність). Як наслідок виникає питання наскільки креативна економіка є симулятивним явищем чи буттєвим.

Спробуємо сконцентрувати увагу на роз'ясненні цього питання за допомогою аналізу, яка модель ринку притаманна для креативної економіки, і що відбувається з попитом та пропозицією на товари та послуги. Для цього розглянемо характерні риси основних моделей ринку з позиції креативної економіки:

✓ за кількістю фірм: враховуючи, що креативній економіці притаманний відхід від масового виробництва, буде наявна їх велика кількість;

✓ за наявністю бар'єрів на вхід/вихід: відсутні, кожен має можливість вираження своєї креативності;

✓ за рівнем доступу до інформації: інформація не обмежена, але її занадто багато, що унеможлиблює ефективну роботу з нею;

✓ за однорідністю продукції: скоріш не однорідна, що також пов'язано з відходом від масового ринку.

Отже, для креативної економіки притаманним є *монополістична конкуренція*, коли виробники мають суттєвий вплив на ринку. І характерною буде, переважно, нецінова конкуренція, коли саме момент творчості відіграє ключову роль, що вкрай незначно може впливати на загальний рівень цін товарів/послуг.

Нецінова конкуренція важлива тому, що на символічному рівні контент (зміст продукту/послуги) важливіший за миттєвий прибуток. Продаються ідеї, а не товари. І не будь-які ідеї, а ті, які визначає ринок. Ідея може дати далекосяжний наслідок із зміцнення влади ринку без миттєвої вигоди.

За рахунок того, що на ринку існує конкуренція, в разі підвищення ціни на продукцію однієї фірми, споживачі будуть звертатися до іншої. Оптимальний обсяг виробництва кожної фірми визначається аналогічно випадку чистої монополії. З точки зору суспільства це неефективно, тому що частина ресурсів не використовується. У той же час наявність надлишкових потужностей створює умови для диференціювання. Частина ресурсів не використовується, а частина складає надлишок, що призводить до зросту поляризації.

Монополістичний конкурент не старається мінімізувати витрати, і в зв'язку з тим, що крива середніх витрат позначає певну технологію, це говорить про те, що фірма недовикористає наявні обладнання, тобто у неї є надлишкові потужності. Як наслідок, споживачі мають можливість купувати різноманітні блага відповідно до свого смаку, тому суспільству необхідно співставляти задоволення від різноманітності з платою, що полягає в менш ефективному використанні ресурсів. Як свідчить досвід, найчастіше суспільство схвалює існування монополістичної конкуренції.

У довгостроковому періоді це може призвести до потреби втручання держави у ринкові процеси, це пов'язано зі специфікою можливої відсутності законодавчих бар'єрів для виробників товарів/послуг. У такому випадку конкуренти матимуть можливість дублювати саме ті ідеї, ініціативи та напрямки, які є найбільш вдалимими і збільшують їх прибуток.

Ціна ринкової рівноваги для креативної економіки – ринкова саморегуляція, система державного регулювання можлива на довгострокові періоди задля створення рівноправних умов, аби уникнути можливого розвитку монополії. Крім того, з позиції держави можливе встановлення фіксованих цін або обмежень, але це є характерним для товарів певного соціального вжитку, і не є показовим для креативного сектору. Хоча, це якраз є потребою для креативного сектору, тому що

держава має фінансувати ті його ніші, що не користуються популярністю на ринку, як то наприклад, високе мистецтво, інтелектуальні течії, фундаментальну науку, гуманітарні традиції. Тут треба вказувати, що можливий варіант встановлення нижньої межі цін на послуги/товари, що може призвести до непогодження інтересів мистецьких закладів приватної та державної власності.

Отже, виходячи з цих позицій, визначаємо, що є необхідність розмежування ринку, вільного ринку та креативного ринку як частин вільного індивідуального ринку й можливі механізми регулювання на рівні співпраці бюджетних і приватних арт-проектів. Фактично це є розмежування самої креативної економіки, як феномену ринку, та її теорії (подекуди для їх позначення вживають один і той же термін) у якості міждисциплінарного проекту, що рефлектує та певною мірою обслуговує інтереси цього ринку.

### **Література:**

1. Toffler A. Global Gladiators Challenge the Power of Nations // *New Perspectives Quarterly*, 2000. № 17. Р. 26-27.
2. Буррио Н. Реляционная эстетика. Постпродукция. М.: Ад Маргинем Пресс, Музей «Гараж». 2016.
3. Калита Т.В., Заряжко Т.В. Креативна економіка у контексті теорій постіндустріального суспільства: культурологічний підхід. Гілея: науковий вісник. К. : «Видавництво «Гілея», 2019. Вип. 146 (№ 7). Ч. 2. Філософські науки. С. 69-72.
4. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 420 с.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА**  
**Факультет філософії та суспільствознавства**  
**КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ**  
*Лабораторія філософсько-економічних досліджень*

**МАТЕРІАЛИ**

*I Всеукраїнського міждисциплінарного круглого столу  
з філософсько-економічної проблематики*

*«ФІЛОСОФІЯ, ЕКОНОМІКА ТА ФІЛОСОФІЯ ЕКОНОМІКИ  
У ПЕРСПЕКТИВІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРНОЇ ОСВІТИ»*

**(Київ, 5 червня 2020 року)**



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ М.П.ДРАГОМАНОВА**

**Факультет філософії та суспільствознавства**

**КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ**

*Лабораторія філософсько-економічних досліджень*

***МАТЕРІАЛИ***

*І Всеукраїнського міждисциплінарного круглого столу*

***«ФІЛОСОФІЯ, ЕКОНОМІКА ТА ФІЛОСОФІЯ ЕКОНОМІКИ  
У ПЕРСПЕКТИВІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРНОЇ ОСВІТИ»***

**(Київ, 5 червня 2020 року)**

**Київ**

**Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова**

**2020**

**УДК 1:330(378)**  
**ББК 87.6:65**  
**Ф-56**

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
НПУ імені М.П. Драгоманова  
(протокол № 11 від 25 червня 2020 року)*

*«Філософія, економіка та філософія економіки у перспективі розвитку сучасної гуманітарної освіти».* Матеріали круглого столу. 5 червня 2020 року. Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2020. 72 с.

До збірки включено матеріали виступів та доповідей, підготовлених до участі у першому Всеукраїнському круглому столі «Філософія, економіка та філософія економіки у перспективі розвитку сучасної гуманітарної освіти». У представлених увазі читача текстах досліджуються методологічні проблеми сучасної економічної науки, феномен креативної економіки, соціально-філософські аспекти управлінської діяльності, соціально-практичне та ідеологічне значення феномену грошей, креативна складова господарської діяльності, а також кризові виміри сучасного капіталізму та деякі інші аспекти означеної проблематики.

Для всіх, кого цікавлять актуальні проблеми сучасних філософсько-економічних досліджень.

**ББК 87.6:65**  
**Ф-56**

**Відповідальний редактор** доктор філос. наук, доцент Т.П. Глушко  
**Редакційна колегія:** доктор філос. наук, проф. Н.Г. Мозгова; доктор філос. наук, проф. І.Г. Немчинов; доктор філос. наук, доц. Т.П. Глушко

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за зміст своїх текстів та точність наведених цитат

*Розповсюдження та тиражування без письмового дозволу  
кафедри філософії НПУ імені М.П. Драгоманова заборонено*

**ISBN 978-966-931-229-7**  
(електронне видання)

© Колектив авторів, 2020  
© Національний педагогічний університет  
імені М.П. Драгоманова, 2020

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE**

*NATIONAL PEDAGOGICAL DRAGOMANOV UNIVERSITY*

*Faculty of Philosophy and Social Science*

**CHAIR OF PHILOSOPHY**

*Research Lab for Philosophy of Economics*

**«PHILOSOPHY, ECONOMICS AND PHILOSOPHY OF ECONOMICS  
IN DEVELOPMENT PROSPECT FOR  
MODERN HUMANITARIAN EDUCATION»**

**Proceedings of the ROUND TABLE**

**June 5<sup>th</sup> of 2020**

**Kyiv**

**Dragomanov University Publishing House**

**2020**



## **The Editorial Board:**

**Nataliya Mozhova** – Dr. of Philosophical Sciences, Professor

**Ihor Nemchinov** – Dr. of Philosophical Sciences, Professor

**Tetiana Hlushko** – Dr. of Philosophical Sciences, Docent

«Philosophy, Economy and Philosophy of Economy in the Development Prospect for Modern Humanitarian Education». Proceedings of the Round Table. *5<sup>th</sup> of June 2020*. Kyiv: Dragomanov University Publishing House, 2020. 72 p.

**ISBN 978-966-931-229-7**

© Authors  
© National Pedagogical Dragomanov  
University, 2020

**Наукове видання**

*І ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ КРУГЛИЙ СТИЛ  
З ФІЛОСОФСЬКО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ*

*«ФІЛОСОФІЯ, ЕКОНОМІКА ТА ФІЛОСОФІЯ ЕКОНОМІКИ  
У ПЕРСПЕКТИВІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРНОЇ ОСВІТИ»*

*Матеріали круглого столу  
(5 червня 2020 року)*

*THE FIRST ALL-UKRAINIAN INTERDISCIPLINARY ROUND TABLE*

*«PHILOSOPHY, ECONOMICS AND PHILOSOPHY OF ECONOMICS  
IN DEVELOPMENT PROSPECT FOR  
MODERN HUMANITARIAN EDUCATION»*

*Proceedings of the ROUND TABLE  
(June 5<sup>th</sup> of 2020)*

*Тексти друкуються за авторською редакцією*

*Автор обкладинки – Т.П. Глушко*

Підписано до друку 30.06.2020 р. Формат 60x84/16.

Папір офісний. Гарнітура Times New Roman.

Ум. др. арк. 4,42. Обл.-вид. арк. 3,32

Зам. № 074.

---

Віддруковано з оригіналів.

Видавництво Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9  
Свідоцтво про реєстрацію ДК № 1101 від 29.10.2002. (044) 234-75-  
87 Віддруковано в друкарні Національного педагогічного  
університету імені М.П. Драгоманова (044) 239-30-26

## ЗМІСТ

<i>Вступне слово</i> .....	3
<b>Березінець І.В.</b> Гроші як «цивілізаційний чинник».....	7
<b>Власенко Ф.П., Левченко Є.В., Товмаш Д.А.</b> Організаційна антропологія в структурі підготовки сучасного управлінця.....	10
<b>Глушко Т.П.</b> «Аналітика економічних процесів» як філософська освітня програма: досвід та перспективи.....	14
<b>Гончаренко К.С.</b> Криза сучасного урбаністичного капіталізму.....	18
<b>Ілляхова М.В.</b> Значення креативних індустрій у безперервному професійному розвитку науково-педагогічного працівника.....	22
<b>Калита Т.В.</b> Креативна економіка: між ринком і мистецтвом.....	28
<b>Мозер М.Є.</b> Креативна економіка у філософському аспекті глобальних викликів ХХІ століття.....	32
<b>Мозгова Н.Г.</b> Господарство як спосіб преображення світу (теоретичні розвідки С. Булгакова).....	36
<b>Назаренко М.С.</b> Стратегії «зеленої економіки»: соціально-етичні орієнтири.....	39
<b>Немчинов І.Г.</b> Ідейне підґрунтя кооперативного руху (біографічна розвідка з громадського служіння священика Михайла Ковальчука).....	41
<b>Облова Л.А.</b> Багатство цивілізації.....	48
<b>Остапчук Г.О.</b> Як можливе філософське обґрунтування економіки?.....	53
<b>Пономаренко В.В.</b> Філософські тенденції сучасної економічної теорії.....	55
<b>Прокопчук Ю.О.</b> Когнітивна наука, філософія та економічна теорія: стратегії практичної взаємодії.....	58
<b>Русаков С.С.</b> Спонтанний порядок арт-ринку.....	61
<b>Шушкевич Є.М.</b> Про один експериментальний простір для розвитку криптоекономіки.....	65

## CONTENTS

<i>Preface</i> .....	3
<b>Iryna Berezinets</b> Money as a «Factor of Civilization».....	7
<b>Fedir Vlasenko, Yevhenia Levcheniuk, Dmytro Tovmash</b> Organizational Anthropology in the Structure of the Modern Manager Training.....	10
<b>Tetiana Hlushko</b> «Analytics of Economic Processes» as Philosophical Educational Program: Experience and Perspectives.....	14
<b>Kateryna Honcharenko</b> Crisis of Modern Urban Capitalism.....	18
<b>Maryna Illiakhova</b> The value of creative industries in permanent professional development of scientific-pedagogical worker .....	22
<b>Tetiana Kalyta</b> Creative Economy: Between Market and Art.....	28
<b>Maiia Mozer</b> Creative Economy in Philosophical Aspect of Global Challenges for XXI Centure.....	32
<b>Nataliya Mozhova</b> Economy as a Way to Transform the World (Theoretical Studies of S. Bulhakov).....	36
<b>Mariya Nazarenko</b> Strategies of «Green Economy»: Socio-Ethical Guidelines.....	39
<b>Ihor Nemchynov</b> Ideological Basis of the Cooperative Movement (the Biographical Exploration of Public Service of the Priest Mikhailo Kovalchuk).....	41
<b>Liudmyla Oblova</b> Wealth of Civilization.....	48
<b>Halyna Ostapchuk</b> How is Philosophical Justification of Economics Possible?.....	53
<b>Vitalii Ponomarenko</b> Philosophical Tendencies of Modern Economic Theory.....	55
<b>Yurii Prokopchuk</b> Cognitive Science, Philosophy and Economic Theory: Strategies for Practical Interaction .....	58
<b>Sergiy Rusakov</b> Spontaneous Order of Art-Market.....	61
<b>Yevhenii Shushkevych</b> About One of the Experimental Spaces for Crypto Economic Development.....	65