

УДК 339.91

## ЕМПІРИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕДУМОВ СТАНОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ

Скавронська І.В., Ріпка Р.О.

Тернопільський національний економічний університет

Стаття присвячена проблемі емпіричного оцінювання передумов становлення креативного класу в Україні. Окреслено необхідність формування креативного класу. Виявлено лідируючі країни в розвитку креативного класу. Здійснено критичний аналіз чинників і передумов становлення креативного класу в Україні. Ідентифіковано стимулюючі і гальмуючі чинники розвитку українського креативного класу.

**Ключові слова:** передумови, креативність, інновації, креативні індустрії, креативний клас.

**Постановка проблеми.** У ХХІ столітті світовий соціально-економічний розвиток набув нових рис – інтенсивний розвиток технологій й інновацій, посилення значення сфери послуг, прискорене включення до процесу глобалізації, – що зумовлено переходом більшості країн світу до інформаційного (постіндустріального) суспільства і формування економіки знань. Домінуючим фактором розвитку економіки знань є людський капітал, його креативне начало і талант, що виражається через нові ідеї, погляди і концепції. Креативний людський капітал, у свою чергу, знаходиться в основі креативного класу – прошарку суспільства, зайнятого в науково-технічній сфері,

науці та мистецтві, результатом роботи якого є новітні продукти.

У розвинених країнах креативний клас становить 50-70% населення, наприклад, Люксембург (54%), Нідерланди (46%), Швейцарія (45%). Станом на 2015 р. креативний клас охоплює 30 млн робочих місць у всьому світі або 1% світового економічно активного населення. Для таких країн креативний клас став одним з основних засобів для прийняття рішень і вироблення політики соціально-економічного розвитку, оскільки його потенціал сприяє підвищенню добробуту, окреслює певний спосіб життя, стимулює довіру і соціальну згуртованість в громадах. Все це свідчить про неабиякий позитивний вплив кре-

ативного класу на національні економіки, саме тому для його розвитку створюються сприятливі умови – мають місце технологічні зміни, удосконалена фінансова і споживча інфраструктура, відбувається взаємодія між представниками бізнесу і креативного середовища.

Україна поки що лише знаходиться на шляху економічного розвитку, який вже давно пройшли багато з вищезазначених країн, однак ускладнена внутрішня ситуація і постійний зовнішній тиск стимулюють пошуки нових джерел економічного зростання і продуктивності. Розвиток креативної зайнятості вимагає не лише переосмислення постулатів неокласичної парадигми, аналізу і систематизації нових явищ на теоретико-методологічному рівні, а й актуалізує необхідність оцінки передумов її становлення на різних рівнях економічної системи.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Автором теорії креативного класу є Р. Флоріда – американський економіст, який у 2002 р. виклав зміст теорії в книзі «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» (англ. *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*) [1]. Основна ідея автора полягала в тому, що успішний економічний розвиток сьогодні неможливий без створення комфортних і привабливих умов для креативних працівників. Те, що розвиток креативного класу має безпосереднє значення для економічного розвитку міст і регіонів показує у своїй роботі «Креативне місто» (англ. *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*) [2] британський дослідник Ч. Лендрі.

Цінний внесок у вивчення даної проблеми зробила і низка вітчизняних науковців, зокрема, осмислення креативного класу, його цінностей та місця у соціальній структурі українського суспільства здійснено Монастирською Г.В. [3]. Грунтовне дослідження креативного класу як провідної групи сучасного суспільства у своїй роботі здійснює О.Є. Сакало [4].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на значний інтерес зарубіжних і вітчизняних фахівців до теми креативного класу, залишається не повністю розкритим питання наявності необхідних передумов формування креативного класу в Україні і готовності нашої держави до таких змін і трансформацій.

**Метою статті** є виявлення, емпіричне оцінювання та обґрунтування передумов становлення креативного класу в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Креативність сьогодні є невід'ємною рисою постіндустріальної економіки, ключовим поняттям для економічного розвитку і визначальним стимулом інтенсифікації роботи підприємства на базі людського капіталу. Креативність знаходиться в основі новітнього сектору економіки будь-якої країни – креативних індустрій (тих галузей економіки, котрі ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланті, що мають потенціал для створення доданої вартості і нових робочих місць шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності, до яких належать рекламна діяльність; архітектура; мистецтво та ринок антикваріату; творчі ре-

месла; дизайн; мода; кінематограф, відеоролики; музика; виконавче мистецтво; видавнича справа; програмне забезпечення; телерадіомовлення; відеоігри [5]). Саме розвиток креативних індустрій зумовив утворення нового соціального прошарку суспільства – креативного класу. Професіонали, зайняті в креативних індустріях, які приходять на зміну звичайному робочому населенню на традиційних промислових підприємствах в постіндустріальних містах, з легкої руки Р. Флоріди отримали назву «креативний клас».

Креативний клас – це нова суспільна еліта, яка включає науковців, підприємців, менеджерів, працівників ІТ-індустрії, велику частину інтелігенції разом з більшістю професорсько-викладацького складу вишів, осіб «вільних» професій. Представникам креативного класу, як правило, притаманні такі ознаки: молодість, високий рівень освіти (тобто різні види освіти, наукові ступені), незалежність мислення, активність і гнучкість, самостійність, готовність йти на ризик, толерантність. Критеріями креативної роботи вважається необхідність постійного генерування нових ідей та використання нестандартних інструментів у творчому підході до вирішення завдань.

Якісно новий стан світової економіки свідчить про те, що креативний клас приходить на зміну середньому, оскільки: 1) основою нової економіки є п'ятий і шостий технологічні уклади: ключова роль переходить від традиційних чинників виробництва до нових – знань, інформації, інтелекту; 2) метою економічного розвитку стає не максимізація прибутку і ВВП, а максимізація людського потенціалу; 3) конкурентними перевагами працівника стають не тільки досвід та навички, а й креативність і швидкість отримання нових знань.

Лідуючими країнами в розвитку креативного класу є країни Заходу – США, Нідерланди, Німеччина, Великобританія. Однак, сьогодні до цієї низки країн приєдналися ще й країни Азії, Центрально-Східної Європи і Латинської Америки. Кожна з цих країн створює свої умови для розвитку креативного класу, виходячи з власного потенціалу. Так, Швеція, використовуючи глобалізацію в повній мірі, переглядає стратегію залучення іноземних талантів, чому значно сприяє місцезнаходження в країні штаб-квартир дванадцяти мультинаціональних корпорацій, і навіть хоче зробити англійську офіційною мовою. Ісландія спрямовує свої сили на розвиток освіти: населення країни високоосвічене, як правило, громадяни володіють двома-трьома іноземними мовами. Аналогічна позиція Китаю, де 2 млн молодих людей щороку опановують різні науки у 2 тис. університетів і коледжів країни, при цьому у вищих навчальних закладах США нараховується понад 127 тис. китайських студентів, які там перебувають заради розвитку креативності і відкритості світогляду [6]. Уругвай має репутацію однієї з найбільш прогресивних країн в регіоні: це перша латиноамериканська країна, яка визнала одностатеві цивільні партнерства, і сьогодні разом з Нідерландами є провідним міжнародним прихильником представників ЛГБТ, активно відстоюючи їхні права.

На жаль, не можна стверджувати, що Україна також приєдналася до цього переліку, хоча,

на нашу думку, потенціал для розвитку креативного класу в країні доволі великий. Вважається, що поки що український креативний клас – це поєднання сил актуальної культури, молодих інтелектуалів, активістів різних громадських організацій, економістів інноваційної діяльності та близьких за духом представників малого і середнього бізнесу. Частка креативного класу в Україні складає 29,75%, тобто трохи менше третини від чисельності населення, що в принципі свідчить про значний потенціал вітчизняної робочої сили (але в умовах олігархічного монополізму в політиці та економіці креативний клас майже не представлений у державній владі та парламенті). Разом з тим внесок креативного сектору до сфери зайнятості становить лише 1,91%.

Згідно Глобального індексу креативності, який демонструє рівень розвитку креативних індустрій та його залежність від соціально-економічного розвитку держави і в основу якого закладено концептуальні погляди Р. Флоріди, Україна у 2015 р. із значенням показника 0,518 зайняла почесну 45 позицію у рейтингу, який об'єднав 139 країн світу [7].

Такий високий результат природно викликав у нас інтерес не стільки до кількісної оцінки (наскільки великий український креативний клас), скільки до якісної (середовища, в якому він зароджується). Ми вважаємо, що передумови розвитку нового типу зайнятості можуть бути досліджені за допомогою двох параметрів – якісних і кількісних, причому чітко їх розділити досить важко, оскільки якісні параметри можуть мати кількісне вираження, а кількісні – якісне окреслення. Набір чинників і передумов, що впливають на креативний тип зайнятості, ми узагальнили і згрупували у перелік, який включає економіку, людські ресурси, стан ринку праці, державну політику, освіту, науку, бізнес, рівень культурної відкритості і «якість місця» (за Р. Флорідою це унікальна сукупність характеристик, котрі визначають місце проживання та роблять його привабливим):

1. Економіка: в Україні спостерігається доволі складна економічна ситуація, яка характеризується стагнацією економіки. За підсумками 2016 року зростання ВВП України було на рівні 1,8%, і ще з кінця 2011 р. спостерігається спад інвестиційної активності. У галузевій структурі сучасного виробництва України переважає промисловість і сільське господарство, причому в їх складі функціонують галузі і виробництва з

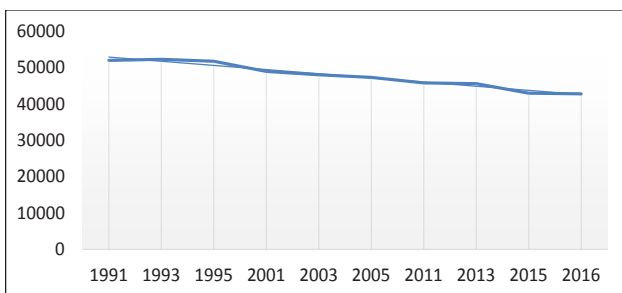


Рис. 1. Динаміка зміни чисельності наявного населення України, тис. осіб

Джерело: розроблено авторами за даними Державної служби статистики України

низьким рівнем технологічної переробки. Всі ці аспекти змушують стверджувати, що українська економіка є складною для ведення бізнесу й отримання прибутків.

2. Людські ресурси, в першу чергу, оцінюються через такий показник як чисельність населення, яке в Україні має перманентну тенденцію до зменшення (Рис. 1). У 1991 р. чисельність наявного населення становила 51944,4 тис. осіб, а в 2016 р. в Україні нараховувалося лише 42760,5 тис. осіб.

Така ситуація зумовлена, з одного боку, демографічною кризою, яка характеризується скороченням природного руху населення (Табл. 1).

Таблиця 1  
Природний рух населення України

Рік	Смертність, тис. осіб	Народжуваність, тис. осіб
2010	698,2	497,7
2011	664,6	502,6
2012	663,1	520,7
2013	662,4	503,7
2014	632,3	465,9
2015	594,8	411,8
2016 (січень-листопад)	529,8	365,5

Джерело: розроблено авторами за даними Державної служби статистики України

Крім того, для сучасної демографічної ситуації в Україні характерне поступове старіння населення. Відбувається постійне скорочення економічно ефективної частини населення: прошарок працездатного населення (16-59 років) стрімко звужується і складає вже близько 50%. Україну все частіше почали називати країною пенсіонерів (сьогодні кількість пенсіонерів складає 12,2 млн особи). Важливими наслідками старіння населення є зниження здатності до освоєння нових професій і застосування нових технологій, негативний вплив на продуктивність праці й ефективність виробництва.

З іншого боку, зменшення чисельності населення України зумовлене інтенсивними міграційними процесами. В країні спостерігається драматичний обсяг еміграції робочої сили: за офіційними даними постійно закордоном проживає близько 2-3 млн українців. Згідно опитувань, 65% українців у віці 14-35 років хочуть виїхати за кордон тимчасово або назавжди.

3. Стан ринку праці: рівень зайнятості за дев'ять місяців 2016 року зменшився порівняно з тим же періодом 2015 року, склавши 56,5% (або 16,3 млн осіб) відносно 56,9% (або 16,5 млн осіб) відповідно. Відповідно, рівень безробіття в Україні в першому півріччі 2016 р. зріс до 9,4% проти з 9,1% за підсумками 2015 р. При цьому жінок серед безробітних у 1,2 разу більше, ніж чоловіків. Рівень безробіття серед молоді до 25 років в Україні у 2016 р. склав 22,8%, що на 1% більше, ніж у 2015 р.

Зайнятих за видами економічної діяльності більше спостерігається в сільському, лісовому та рибному господарстві і в промисловості. Суттєво менше осіб, залучених до науково-технічної діяльності, інформації і телекомунікацій, мистецтва. 24,6% від загальної кількості зайнятого на-

селення (або 4,0 млн осіб) працює в неформальному секторі економіки, з них 41,1% – у сільському, лісовому та рибному господарстві, 14,9% – у будівництві, 6,0% – у промисловості.

4. Державна політика: у сфері креативності першочергове значення належить законодавчій базі, яка стосується інтелектуальної власності і захисту авторських прав на результати інтелектуальної діяльності в промисловій, науковій, літературній і художній областях. Захист права інтелектуальної власності може бути здійснено в кримінально-правовому, адміністративно-правовому та цивільно-правовому порядку відповідно до Кримінального кодексу України і Закону України «Про авторське право і суміжні права».

Одним з елементів державної підтримки розвитку креативної зайнятості в Україні є прийняття 28 січня 2016 року Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження контрактної форми роботи у сфері культури та конкурсної процедури призначення керівників державних та комунальних закладів культури» з метою (в тому числі) запровадження контрактної форми трудових відносин для артистичного і художнього персоналу. Недоліком Закону, на нашу думку, є те, що він стосується обмеженого кола творців. Як стверджують представники сучасного танцю, у Міністерстві культури України часто навіть не знають про таке явище, як сучасний танець, відповідно для підтримки подібних проектів у відомстві може просто не знайти експерта, який буде компетентним у цьому питанні.

Загалом державна управлінська система є неефективною, оскільки працює як «машина», яка не сприяє реалізації креативного потенціалу і не надає допомогу творчим людям. Теза про національний культурний продукт випускає з поля зору, що креативність – це феномен відкритого світу мобільних людей й активної міжнародної кооперації.

5. Освіта: Україна найшвидше з усіх пострадянських країн (виключаючи Середню Азію) втратила надбання радянської системи освіти. Відсоток молодих людей віком 20-24 роки, які мають повну середню освіту, переважає за половину і становить 61,7%. Україна є державою з традиційно високим попитом на вищу освіту: населення віком 30-34 роки, яке має закінчену вищу освіту, складає 50,3%, що перевищує аналогічний показник країн Європейського Союзу – 36,9%. Для робочої сили України є характерним

попит на вищу освіту, але при цьому частка високоосвічених серед безробітних є однією з найвищих в світі – 47% [8].

В Україні традиційно високий відносний рівень витрат на освіту. Максимальний обсяг витрат в сфері освіти сягнув 8,2% ВВП у 2009 р. Однак протягом останніх років зазначене співвідношення зменшилося до 6,9% у 2014 р. і 6,4% ВВП у 2015 р. На фоні доволі високих показників освіти, Україна має дуже низькі показники економічного зростання: ВВП на душу населення в Україні залишається дуже низьким – 8267 дол. США (станом на 2014 р.).

Дисбаланс між високими показниками освіти і рівнем економічного зростання в Україні можна пояснити в тому числі і слабким зв'язком освіти з економікою, браком інноваційних процесів. Ліцензійні та патентні доходи з-за кордону складають 0,14% від ВВП, що майже в п'ять разів менше, ніж в ЄС.

Відтак, збільшується кількість українських студентів за кордоном: у 2015 р. 60 тис. студентів поїхали вчитися в польські вищі, 25 тис. – у німецькі; причому ці цифри мають тенденцію до зростання. Досить часто освіта за кордоном доступніша, ніж в Україні, особливо, якщо мова йде про здібних людей. Так, в Німеччині сьогодні навчаються і працюють 25 тис. осіб з України, які отримують грантову підтримку від держави.

6. Наука: в цілому розвиток української науки залишає бажати кращого. Ще в перші роки незалежності спостерігався значний вплив наукових кадрів, який, на жаль, триває і до сьогодні (починаючи з 1991 р. Україну покинули за різними даними близько 100 тис. вчених, а в Україні їх кількість зменшилася втричі). Ті науковці, які залишилися, в умовах застарілої матеріально-технічної бази, низьких заробітних плат, недостатнього фінансування (обсяг фінансування науки в Україні становить 1,7%, але останнім часом фактично не перевищує навіть 1%. Державні витрати на діяльність одного українського науковця втричі нижчі за російські, у 18 разів – за бразильські, у 34 рази – за південнокорейські й у 70 – за американські [10]) не можуть повною мірою розкрити свій потенціал. Крім іншого, в Україні спостерігається практична відсутність кооперації між теоретиками, тобто науковцями, і практиками, тобто підприємцями. Про це свідчить, наприклад, кількість міжнародних наукових видань, підготовлених спільно представниками науки і бізнес-сектору (база

Таблиця 2

## Інноваційна діяльність українських підприємств

Індикатор	Україна	Країни-учасниці ЄС
МСП, які самі розробляють і впроваджують інновації	18,7% від усіх малих та середніх підприємств	28,7% від усіх малих та середніх підприємств
Інноваційні МСП, які співпрацюють з іншими	1,5% від усіх малих та середніх підприємств	10,3% від усіх малих та середніх підприємств
Витрати на R&D в бізнес-секторі	0,41% від ВВП	1,29% від ВВП
Витрати на інновації, не пов'язані з R&D	0,70% від обороту	0,69% від обороту
МСП, які запровадили інноваційні продукти чи процеси	7,4% від усіх малих та середніх підприємств	30,6% від усіх малих та середніх підприємств
МСП, які запровадили маркетингові або організаційні інновації	10,5% від усіх малих та середніх підприємств	36,2% від усіх малих та середніх підприємств

Джерело: розроблено автором за даними [8]



даних Science-Metrix (Scopus)) – 74 на мільйон населення, в той час, як в Європі цей показник становить 363.

Відсутність можливостей для розвитку інтелектуального і творчого потенціалу не дає жодного шансу більшості креативних людей (переважно молодим артистам, архітекторам, програмістам й інженерам), які мислять нестандартно та мають багато ідей, залишатися в Україні, що а priori зменшує обсяг вітчизняного креативного класу.

7. Бізнес: інноваційну діяльність малих та середніх підприємств (МСП) України продемонстровано у таблиці 2.

Як демонструє таблиця 2 інноваційна діяльність вітчизняних підприємств суттєво відстає від інноваційної діяльності підприємств країн Європейського Союзу. Лише за одним показником (витрати на інновації, не пов'язані з R&D) Україна знаходиться на одному щаблі з країнами-учасницями ЄС.

У 2014 р. згідно зведеного індексу інноваційного розвитку Україна, значення показника якої склало 0,206, з чотирьох груп країн – інноваційних лідерів, активних інноваторів, помірних інноваторів й інноваторів, що формуються – ввійшла саме до останньої разом з Туреччиною, Македонією, Латвією, Румунією і Болгарією. Саме тому дедалі більше українських підприємств перереєструє свій бізнес за кордоном, найчастіше – в Чехії, Польщі, Словаччині, Угорщині, балтійських країнах.

8. Рівень культурної відкритості: українське суспільство досить складне – традиційне і водночас мультикультурне, на території якого проживають представники понад 130 національностей, народностей й етнічних спільнот. До національностей, до яких демонструється певна відособленість, відносяться євреї та словаки. Традиційно нетерпимо українці відносяться до афганців, циган, чеченців. Вважається, що українське суспільство відносно терпиме у ставленні і до секс-меншин порівняно із суспільствами сусідніх країн (Польщі і Росії). Однак, в Єврозоюзі Україну вважають однією з тих, що найсильніше дискримінують сексуальні меншини.

9. «Якість місця»: Україна – країна з багатою культурною спадщиною й історією, які є надзви-

чайно цікавими не лише для своїх громадян, але й іноземців, які все частіше розглядають нашу державу як привабливу туристичну дестинацію. В контексті креативності, яка великою мірою базується на культурі, культурні компетенції набувають зовсім іншої ролі і звучання. У цьому випадку варто вести мову про імідж країни (тобто, що люди чули про цю країну, які історії про неї знають і що хочуть побачити на власні очі, опираючись на сформований образ), у створенні якого задіюється креатив. Такого іміджу в Україні поки що немає. Сучасне культурне життя (цікаві музичні події, вистави і виставки тощо) вирує лише у великих містах, а провінційні містечка і села, де, власне, ще зберігають і підтримують українські традиції та звичаї і куди їдуть їх спостерігати, творчі люди прагнуть залишити. Саме тому збереження культурних феноменів потребує інноваційно нових підходів і концепцій.

**Висновки і пропозиції.** На основі проведеного аналізу можемо визначити, наскільки вищевказані передумови стимулюють чи, навпаки, гальмують становлення в Україні креативного класу. До стимулюючих передумов відносимо культурне багатство й освіту, що і є джерелом креативності. Однак, гальмуючих чинників набагато більше: стагнація економіки, неефективна державна політика, зменшення чисельності населення, відтік науковців й учених за кордон, нетолерантне відношення до представників інших культур і секс-меншин, непривабливість України, за винятком великих міст, як постійного місця проживання для творчих людей. За таких умов не може йти мова про становлення креативного класу. У цьому випадку єдине, що може зробити влада – це фінансове, законодавче, організаційне сприяння ініціативам й ідеям креативного середовища, надання фізичного простору для їх реалізації і максимум свободи.

У зв'язку із цим спостерігається гостра потреба в критичному осмисленні креативної праці, вивченні її статусу в українському суспільстві, політичній та економічній підтримці креативних працівників; необхідне детальне вивчення створення нових освітніх програм для професіоналізації нової сфери та стабілізації кар'єрних траєкторій. Тому, щоб зробити обґрунтовані висновки, необхідно детальніше вивчити роль креативного класу у вітчизняній соціальній системі.

## Список літератури:

1. Florida, R. *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Hardcover – International Edition, 2002.
2. Landry, C. *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Published by Earthscan Ltd, 2000, 300 p.
3. Монастирська Г. В. Креативний клас і проблеми його становлення в Україні / Г. В. Монастирська // *Формування ринкової економіки : зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»* ; [відп. ред. О. О. Беляєв]. – Спец. вип. : *Праця в XXI столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток* : у 2 т. – Т. 2. – 2012. – С. 200-210.
4. Сакало О.Є. Креативний клас як провідна група сучасного суспільства // *Грані*. 2015. № 8 (124). С. 77-80.
5. *Creative Industries Mapping Documents 2001* // Department for Culture, Media & Sport, 9 April 2001.
6. Мальцев Е. Сучасний Китай: державне управління і глобальне підприємництво [Електронний ресурс], 15 жовтня 2015 року. – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/op-manage/19454/suchasnij-kitaj-derzhavne-upravlinnya-i-globalne-pidprijemnictvo>.
7. Florida, R., Mellander, C. and King, K. (2015). *THE GLOBAL CREATIVITY INDEX 2015*. Toronto: Martin Prosperity Institute.
8. Сторов І.Ю. Інноваційне табло ЄС та визначення місця у ньому України // *Вісн. НАН України*, 2016, No 5. С. 87–91.
9. Дем'яненко М. Особливості фінансування сучасної вітчизняної науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1939:problemi-finansuvannya-vitchiznyanoji-nauki&catid=8&Itemid=350](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1939:problemi-finansuvannya-vitchiznyanoji-nauki&catid=8&Itemid=350)

**Скавронская И.В., Рипка Р.О.**

Тернопольский национальный экономический университет

## **ЭМПИРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПРЕДПОСЫЛОК СТАНОВЛЕНИЯ КРЕАТИВНОГО КЛАССА В УКРАИНЕ**

### **Аннотация**

Статья посвящена проблеме эмпирического оценивания предпосылок становления креативного класса в Украине. Обозначена необходимость формирования креативного класса. Выявлены лидирующие страны в развитии креативного класса. Осуществлен критический анализ факторов и предпосылок становления креативного класса в Украине. Идентифицировано стимулирующие и тормозящие факторы развития украинского креативного класса.

**Ключевые слова:** предпосылки, креативность, инновации, креативные индустрии, креативный класс.

**Skavronska I.V., Ripka R.O.**

Ternopil National Economic University

## **AN EMPIRICAL EVALUATION OF PRECONDITIONS FOR THE RISE OF THE CREATIVE CLASS IN UKRAINE**

### **Summary**

This paper deals with the problem of empirical evaluation of preconditions for the rise of the creative class in Ukraine. The necessity for forming the creative class is outlined. The world's leading creative class countries are revealed. Critical analysis of factors and preconditions for the rise of the creative class in Ukraine is carried out. Stimulating and inhibitory factors of the Ukrainian creative class rise are identified.

**Keywords:** preconditions, creativity, innovation, creative industries, creative class.