

DOI: 10.25140/2411-5215-2022-4(32)-164-174

УДК 338.4-026.15(477)

JEL Classification: L80; O14

Сергій Плуталов

старший викладач кафедри сценічного мистецтва

Луганська державна академія культури і мистецтв (Київ, Україна)

E-mail: si.plutalov@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9155-5324>Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58042000900>**СУЧАСНИЙ КОНЦЕПТ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
В УКРАЇНІ**

У статті на засадах узагальнення теоретичного та прикладного базису у сфері економіки, права, культури, визначено причини й особливості комерційної діяльності установ культури. Встановлено, що сучасна наука в більшості своїй ототожнює поняття «економічна діяльність», «підприємницька діяльність», «господарська діяльність», «комерційна діяльність». З огляду на те, що в статті розмежовано ці поняття шляхом визначення ключових ознак економічної та підприємницької діяльності. Дослідження сутності категорії «комерційна діяльність» дозволило визначити головну відмінність її від інших видів, яка розкривається у зосередженні уваги на товарообміні чи торгівлі. Концептуалізовано співвідношення економічної, підприємницької, господарської і комерційної діяльності. Доведено, що економічна діяльність є більш широким поняттям, яке вбирає в себе такі види, як підприємницька, господарська та комерційна діяльності. Виокремлено основні види комерційних послуг установ культурної сфери. Встановлено, що основною причиною ведення комерційної діяльності закладами культури є отримання додаткового доходу. З'ясовано, що не всі платні форми соціально-культурної діяльності культурно-освітніх установ, театрів, філармоній, народних колективів та виконавців розглядаються як підприємницькі. Окреслено додаткові як традиційні, так і нові форми фінансування закладів культури. Сформовано сучасний концепт розвитку креативних індустрій в Україні, суть якого полягає у використанні так званого симбіозу форм економічної діяльності для поєднання споживчих, державних і фінансових інтересів закладів культури та збалансування попиту та пропозиції у сфері культурних і креативних індустрій.

Ключові слова: культурні, креативні індустрії; господарська, комерційна, підприємницька, економічна діяльність; заклади культури.

Рис.: 3. Бібл.: 20.

Постановка проблеми. Осмисленню концепту розвитку креативних індустрій передували зміни в Законі України «Про культуру», згідно з якими частину першу статті 1 доповнено пунктом 5¹, а саме визначенням креативних індустрій, які розглядаються як види економічної діяльності, мета якої полягає у створенні доданої вартості й робочих місць на засадах культурного (мистецького) та/або креативного вираження» [14]. З огляду на що, виникає необхідність у переосмисленні традиційних підходів та поглядів до комерційної діяльності в закладах культури на засадах виокремлення причин і особливостей її ведення у «докреативному» періоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що в Україні поняття культурних, креативних індустрій є достатньо новими. Причому креативні індустрії, закріплені в законодавстві, а культурні до нині залишаються не врегульованими в українському правовому полі. Крім того, аналіз наявного наукового базису дозволив дійти висновку, що

основоположниками концепції культурних, креативних індустрій є закордонні автори, з-поміж яких Дж. Хокінсон, Р. Флоріда та Ч. Лендрі, П'єр Луїджі Сакко. Завдяки цим представникам науки сформовано ключові положення щодо тлумачення креативної економіки, розроблено термінологічний апарат у сфері індустрій, який продовжує наповнюватися та набирати нових сенсів. Є певні нароби в методичній базі, зокрема в оцінці соціально-економічних результатів від ведення комерційної діяльності закладами культури. Проблема та перспективи розвитку креативних індустрій відображені у працях учених Інституту регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України С. Давимуки, Л. Федулової [8], І. Бахова, Е. Бойченко, Н. Мартинович, Т. Ніч, Т. Окольнічої, В. Вінниченка [20, с. 1668-1676] та інших. Однак з огляду на динамічність соціально-економічного прогресу у світі докорінним чином змінюються як фундаментальні підходи, методи, так і прикладний інструментарій діагностики функціонування, розвитку культурних, креативних індустрій зокрема та креативної економіки загалом.

З огляду на це, **мета статті** полягає в дослідженні причин, особливостей ведення комерційної діяльності закладами культури для окреслення сучасного концепту розвитку креативних індустрій в Україні.

Виклад основного матеріалу. Окреслення причин і особливостей комерційної діяльності установ культури передусім вимагає з'ясування сутності категорії «комерційної діяльності». Аналіз нормативно-правової бази дозволив встановити, що на сьогодні це поняття не закріплено законодавчо. Однак згідно зі статтею 42 Конституції України «кожен громадянин має право на підприємницьку діяльність (ПД), яка не заборонена законом» [14]. У Законі України «Про підприємництво» також не має чіткого визначення щодо підприємницької діяльності, однак у ньому зазначено, що підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, встановленому законодавством [16]. Згідно зі статтею 3 Господарського кодексу України «Господарська діяльність та господарські відносини», мета господарської діяльності (ГД) полягає у виготовленні та реалізації продукції, наданні послуг чи виконанні робіт суб'єктами господарювання у сфері суспільного виробництва [19]. Крім того, у Господарському кодексі акцентується на тому, що господарська діяльність здійснюється для досягнення соціально-економічних результатів і одержання прибутку.

Покладаючись на подані в законодавстві визначення, важко встановити ключові відмінності цих понять. З огляду це можна стверджувати, що вони ототожнюються. Про це, зокрема, зазначають у своїх дослідженнях такі економісти А. Рубинштейн (2007), Е. Грін (2003); регіоналісти І. Вахович, О. Чуль (2014), С. Давимука, Л. Федулова (2017); культурологи В. Вовкун

(1995), В. Кравченко (2015), правознавці В. Щербина (2003), В. Тісунова, А. Бондарчук (2009) та ін. Крім того, ні комерційна, ні економічна діяльність в українському законодавстві не закріплені. Для вирішення цієї проблеми нами узагальнено визначення раніше проведених досліджень інших авторів з цієї проблеми. Це дозволяє стверджувати, що економічна діяльність є більш широким поняттям, аніж комерційна чи підприємницька. Останні є проявами економічної діяльності, кожен із зазначених видів зосереджується на певних аспектах, про що далі у статті йдеться більш докладно.

Подібний погляд окреслено в дослідженнях О. Русевої, А. Балан. Автори зазначають, що переважна більшість науковців ототожнюють господарську діяльність з економічною [18, с. 1-4]. Оскільки і одна, і друга здійснюються на свій ризик, пов'язаний із користуванням майном, продажем товарів, виконанням робіт або наданням послуг (як спрямованої на систематичне отримання прибутку, так і не маючи такої мети). Отже, у дослідженні підприємницька діяльність розглядається як один із різновидів економічної діяльності. У зв'язку з чим можна стверджувати, що підприємницька й економічна діяльність мають низку спільних ознак (рис. 1).

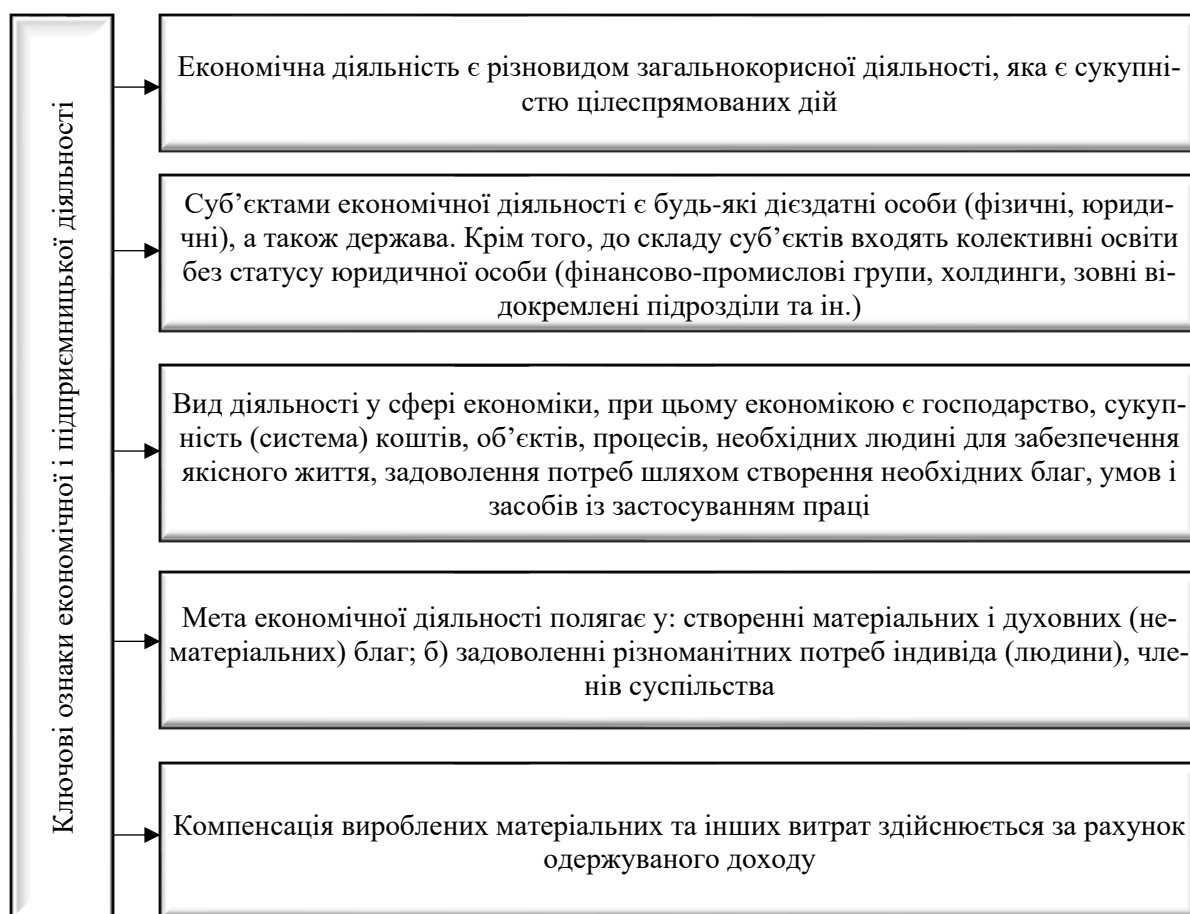


Рис. 1. Ознаки економічної і підприємницької діяльності

Джерело: складено автором за даними [17, с. 23-24].

Відповідно до вищезазначеного, встановлено, що під економічною діяльністю варто розуміти вид людської діяльності у сфері економіки, який має на меті досягнення соціально-економічного ефекту, що проявляється в отриманні прибутку та створенні будь-яких благ як юридичними, так і фізичними особами.

Не менш складним є питання визначення поняття «господарська діяльність», особливо в сучасних умовах розвитку суспільства. У різний час учені вкладали різний зміст у поняття «господарська діяльність»; причому це робили як представники теорії господарського права, так і прихильники цивілістичного типу правового регулювання суспільних відносин. Наукові дискусії не припиняються й досі. Нині поняття «господарська діяльність» розглядається у широкому та вузькому значеннях. У першому випадку господарська та економічна діяльність – це поняття, що збігаються, через те, що вони трактуються як суспільні (соціальні) явища, які в радянській період називалися «господарські відносини», «господарські зв'язки», «господарська діяльність», однак зараз вони набули іншого звучання. Так, замість словосполучення «народне господарство» зараз використовується поняття «національна економіка». Відповідно терміни «господарські відносини», «господарські зв'язки» замінені на поняття «економічні відносини», «економічні зв'язки».

Таким чином, дійшли висновку, що господарська діяльність синонімічна підприємницькій, і обидві вони (підприємницька та господарська) є частиною економічної діяльності, отже, у зв'язку з еволюційними процесами, яким піддається суспільство та економіка, на сучасному етапі розвитку доцільним вважаємо використання поняття «економічна діяльність».

На відміну від господарської та підприємницької діяльності, поняття комерційна діяльність (далі КД) є порівняно новим як у науці, так і в повсякденному використанні, тому зупинимось на його сутності більш детально. Представлені результати систематизації наукових поглядів щодо трактування поняття «комерційна діяльність» дозволяють стверджувати, що це поняття стосується саме торгівлі. Так, у визначенні, що подається вченими Гарвардської школи управління (1958), КД проявляється в гармонії між отриманням прибутку та задоволенням споживчих потреб [6].

Авторка Ф. Половцева (2001) КД трактує крізь призму торгівлі та задоволення потреб, від яких залежить кінцевий результат, тобто прибуток підприємства [13]. У дослідженнях А. Бусигіна КД – це комплекс торговельних операцій [3, с. 5-11]. Причому автор використовує то поняття КД, то ТГ (торговельна діяльність), надаючи їм однакового сенсу.

У роботах О. Русєва та А. Балан (2003) КД трактується як діяльність з обміну матеріальними (товарами) чи не матеріальними (послугами) цінностями, називаючи такий обмін «торговельна операція» [18, с. 1-4]. У визначенні І. Беляєвського (2005) під КД розуміється спектр операцій, таких як:

зберігання, реалізація (продаж), купівля товарів чи послуг для задоволення двосторонніх як споживчих, так і підприємницьких інтересів [2]. Л. Дашков, В. Памбухчянц (2007) КД розглядають як технологію торгівлі, ефективна організація якої обов'язково приводить до отримання цільового прибутку [9]. В. Апопій (2008) стверджує, що КД – це інструмент реалізації комерційних амбіцій, за рахунок чого досягаються соціальні, економічні, підприємницькі, фінансові, організаційні та інші цілі [10]. І. Марченко (2010) КД розглядає як систему [12, с. 27-30]. З цим варто погодитися, оскільки саме такий підхід дозволяє окреслити велику кількість елементів, що вкладаються в поняття «суб'єкт», «об'єкт». Завдяки такому підходу можна чітко розвести двосторонню мету, оскільки в суб'єктів та об'єктів вона різна.

Покладаючись на подані визначення дійшли висновку, що комерційна діяльність, комерція – це система, що пов'язана з торгівлею, товарообігом. Більш детально все зазначене відображено у вигляді співвідношення розглянутих категорій на (рис. 2).

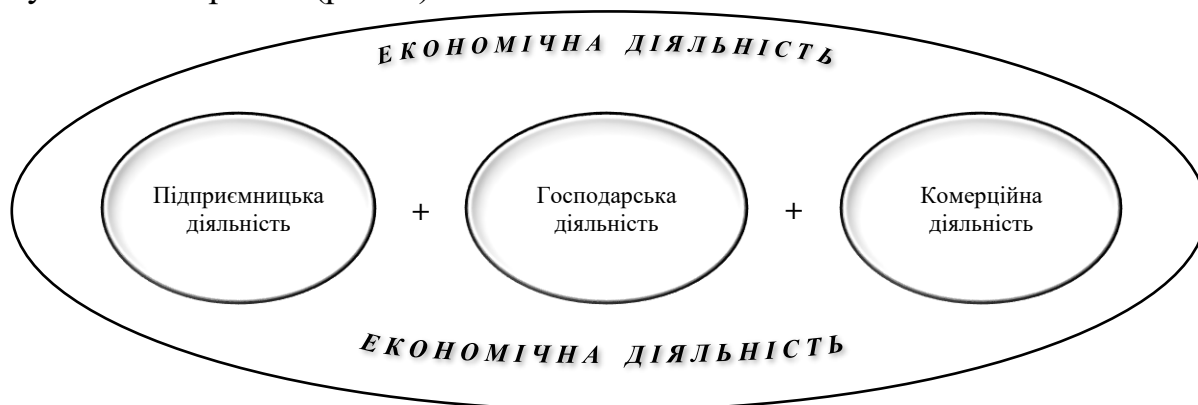


Рис. 2. Теоретична концепція співвідношення економічної, підприємницької, господарської і комерційної діяльності

Джерело: складено автором за даними [4; 5; 7; 11].

З рис. 2 видно, що «економічна діяльність» є більш широким поняттям, що вбирає в себе господарську підприємницьку та комерційну діяльність, при чому остання зосереджується безпосередньо на торгівлі.

Таким чином, сутність авторської концепції полягає в розгляді економічної діяльності як загальної широкої категорії, яка вбирає приватні види (підприємницьку, господарську, комерційну), що відрізняються якісними ознаками й дозволяють здійснювати відносно самостійне правове регулювання. Цей факт є дуже важливим з погляду практичного регулювання відносин між суб'єктами підприємницької діяльності, у тому числі і креативних індустрій, які є порівняно новими в сучасних господарсько-правових відносинах в Україні. Крім того, авторський підхід дозволяє більш предметно підійти до визначення причин та окреслення особливостей ведення комерційної діяльності установами соціально-культурної сфери.

Варто зазначити, що визначальними в розподілі грошових ресурсів у культурній галузі є державні та місцеві органи влади. Фінансування за рахунок бюджетних коштів є основним джерелом закладів культури. Завдяки цим коштам покриваються постійні витрати на комунальні платежі й заробітну плату. Проте цих коштів не вистачає на покриття вартості поточної діяльності. У результаті чого збільшується бюджетний дефіцит, обумовлюючи тим самим перехід закладів соціально-культурної сфери до комерційної діяльності [1, с. 29-36]. Таким чином, основною причиною ведення комерційної діяльності закладами культури справедливо вважати отримання додаткового доходу, який в свою чергу дозволяє організовувати соціально-культурну діяльність, оновити матеріально-технічну базу, розраховуватися з власними працівниками та сторонніми організаціями за своїми зобов'язаннями.

Власний досвід, дозволяє стверджувати, що сьогодні практично всі установи культурної сфери надають певні послуги за плату. Традиційно виділяють такі групи послуг (рис. 3):



Рис. 3. Основні види комерційних послуг установ культурної сфери
Джерело: складено автором за даними [20].

Варто зауважити, що будь-які комерційні форми соціально-культурної діяльності освітніх та культурних закладів як підприємницькі не розглядаються, оскільки отриманий дохід у повному обсязі витрачається на вдосконалення та розвиток. Для некомерційних організацій визначальним для формування ціни є соціальна політика забезпечення доступності широких верств населення до культурних благ. Як показало дослідження, заклади культури та мистецтва під впливом інфляції змушені підвищувати ціни на послуги, що негативно відбивається на попиті в бік його зниження.

Як уже зазначалося, більшість коштів, одержуваних від платних послуг, йде на покриття витрат, пов'язаних з їх наданням. Будь-які платні послуги запроваджують певні обмеження доступу до них населення. Саме тому платні послуги, з погляду перспективи фінансування закладів культури, не відіграють у цьому процесі суттєвої ролі, оскільки вони спрямовані не на задоволення інтересів соціуму, формування та розвиток фізичних, організаторських, творчих, технічних та інших здібностей, виховання високих естетичних та моральних якостей, задоволення культурних та побутових потреб, організацію змістовного дозвілля. Отже, можна дійти невтішного висновку, що незважаючи на те, що багато закладів культури, маючи можливість заробити кошти, реалізуючи свій творчо-виробничий потенціал, не можуть забезпечити задоволення потреб більшості людей у культурних послугах за доступними цінами для переважної більшості населення.

Бюджетні кошти, що спрямовуються на утримання закладів культури, не здатні забезпечити навіть мінімальні потреби. Через це театри, філармонії, циркові заклади змушені шукати інші джерела прибутку, до яких належать ПД, що проявляється в реалізації та здаванні в оренду основних фондів і майна для організацій, які не пов'язані з культурною діяльністю; торгівлею товарами та обладнанням; наданням посередницьких послуг тощо.

Дослідження основних тенденцій розвитку державних закладів культури та мистецтва дозволило зробити висновок, що в умовах економічної нестабільності, яка призводить, зокрема, до зниження рівня доходів населення та безпосередньо впливає на частоту відвідування закладів культури, виникає необхідність в отриманні додаткових бюджетних асигнувань. Це спричиняє навантаження на бюджет та активізує сукупність інших негативних економічних проявів. Для усунення подібних проявів, закладам культури можна скористатися альтернативними джерелами фінансування у вигляді банківських депозитів, страхування, створення банку культури.

Кошти банку культури активно використовуються в європейських країнах. По суті, банк культури являє собою звичайний банк, який має пільгову тарифну ставку для закладів креативних індустрій. Цільовий прибуток у такому випадку буде отримуватися за рахунок різниці за середньозваженою ставкою, яка може розподілятися на підтримку чи розвиток сфери культури, у тому числі й через Український культурний фонд. Надзвичайно перспективним є розвиток страхової діяльності у сфері культури - на відміну від зарубіжної практики, в Україні практично відсутнє страхування діяльності такої діяльності. Цей спосіб отримання додаткового фінансування набув поширення в американській креативній сфері. Цікавість викликає також краудфандинг. Це порівняно новий спосіб залучення додаткового фінансування, який поширений саме в креативній сфері, і якому окремо приділена авторська увага в межах інших публікацій.

Незважаючи на наявність сучасних дієвих інструментів залучення фінансів до культурно-креативної сфери, в Україні заклади культури поки що користуються традиційним комерційним обміном у вигляді оренди, чи некомерційним – благодійні внески. Причому, коли йдеться про благодійність, варто зауважити, що в Україні відсутні відпрацьовані механізми отримання благодійних внесків. Це пояснюється тим, що поділ діяльності на комерційну/некомерційну - умовний, і з точки зору законодавства не внормований. Крім того, спостерігається диспропорція у структурі щорічного грошового обороту за різними жанровими формами культурно-дозвільних послуг. Усе це створює передумови для проведення подальших досліджень альтернативних послуг у сфері культури, таких як відеообслуговування, дискотеки, гральний та шоу-бізнес, естрада тощо.

Висновки і пропозиції. Таким чином, у статті вирішено наукову задачу щодо концептуалізації розвитку креативних індустрій в Україні на основі визначення причин і особливостей ведення комерційної діяльності закладами культури, суть якої полягає в залежності обсягів культурно-дозвільних послуг від підприємницької активності. Доведено, що чим активніше комерційна діяльність організації, тим меншою мірою є її залежність від держави та інших зовнішніх джерел фінансування. Представлені результати створюють підґрунтя для виокремлення факторів, що спричиняють вплив на розвиток креативних індустрій та проведення їх діагностики, для мінімізації спричиненого впливу на засадах моніторингу.

Список використаних джерел

1. Адамик О. В. Доходи суб'єктів державного сектору: економічна сутність, вітчизняна та міжнародна інтерпретація / О. В. Адамик // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 1. – С. 29-36.
2. Беляевский И. К. Основы коммерции: учебно-практическое пособие / И. К. Беляевский. – М. : МЭСИ, 2005. – 129 с.
3. Бусыгин А. В. Важнейший источник экономического анализа / А. В. Бусыгин // Деловой вестник Российской кооперации. – 2001. – № 5. – С. 5-11.
4. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : монографія / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 288 с.
5. Вовкун В. Національна культура – це і є національна ідея / В. Вовкун // Дзеркало тижня. – 2008. – № 27. – С. 13-16.
6. Грин Э. Креативность в публич рилейшнз : пер. с англ. / Грин Э. ; под ред. А. Н. Андреевой. – СПб. : Издательский дом «Нева», 2003. – 342 с.
7. Гриценко О. Основні положення Концепції державної культурної політики України : проект / О. Гриценко, М. Стріха // Культура і життя. – 1995. – 21 с.
8. Давимука С. А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». – Львів, 2017. – 528 с.
9. Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчианц. – 5-е изд. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2007. – 448 с.
10. Комерційна діяльність : підручник / за ред. проф. В.В. Апопія. – К. : Знання, 2008. – 558 с.

11. Кравченко О. В. Ключові проблеми сучасної культурної політики України: культурологічний контекст / О. В. Кравченко / *Культура України*. – 2015. – Вип. 49. – С. 188-199.
12. Марченко Р. С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций / Р. С. Марченко // *Вестник МГТУ*. – 2010. – Т. 13, № 1. – С. 27-30.
13. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. П. Половцева. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 248 с.
14. Права, свободи та обов'язки людини і громадянина [Електронний ресурс]: Конституція України. Розділ II. – Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-ii>.
15. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» [Електронний ресурс] : Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>.
16. Про підприємництво [Електронний ресурс] : Закон України від 11.02.2022 № 698-XII. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.
17. Рубинштейн А. Общественные интересы и теория публичных благ / А. Рубинштейн // *Вопросы экономики*. – 2007. – № 10. – С. 23-24.
18. Русева О. Н. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия / О. Н. Русева, А. С. Балан // *Труды Одесского политехнического университета*. – 2003. – Вып. 2 (20). – С. 1-4.
19. Тісунова В. М. Господарське право : навчальний посібник / В. М. Тісунова, А. В. Бондарчук ; МВС України, Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е. О. Дідоренка. – Луганськ : РВВ ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2009. – 584 с.
20. Bakhov I. Conditions for Development of the Socio-cultural Level of Personality in Today's Ukrainian Society / I. Bakhov, E. Boichenko, N. Martynovych, T. Nych, T. Okolnych, V. Vinnychenko // *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems*. – 12 (04), Special Issue, 2020. – Pp. 1668-1676. – DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP4/20201648.

References

1. Adamyk, O.V. (2012). Dokhody subiektiv derzhavnoho sektoru: ekonomichna sutnist, vitchyzniana ta mizhnarodna interpretatsiia [Incomes of public sector entities: economic essence, domestic and international interpretation]. *Bukhhalterskyi oblik i audyt – Accounting and auditing, 1*, 29-36.
2. Beliaevskii, I.K. (2005). *Osnovy kommertsii [Commerce Basics]*. MESI.
3. Busygin, A.B. (2001). Vazhneishii istochnik ekonomicheskogo analiza [The most important source of economic analysis]. *Delovoi vestnik Rossiiskoi kooperatsii - Business Bulletin of the Russian Cooperation*, (5), 5-11.
4. Vakhovych, I. (2014). *Rozvytok kreatyvnykh industrii: rehionalnyi vymir [Development of creative industries: regional dimension]*. Vezha-Druk.
5. Vovkun, V. (2008). Natsionalna kultura – tse i ye natsionalna ideia [National culture is a national idea]. *Dzerkalo tyzhnia – Mirror of the week*, 27, 13-16.
6. Grin, E. (2003). *Kreativnost v pablik rileishnz [Creativity in public relations]*. Neva.
7. Hrytsenko, O. (1995). *Osnovni polozhennia Kontseptsii derzhavnoi kulturnoi polityky Ukrainy [Basic provisions of the Concept of State Cultural Policy of Ukraine]*. Kultura i zhyttia.
8. Dashkov, L.P. (2007). *Kommertsii i tekhnologiiia torgovli [Commerce and trade technology]*. Marketynh.
9. Dovhun, L.P. (2008). *Komertsiiina diialnist [Commercial activity]*. Znannia.
10. Davymuka, S.A., & Fedulova, L.I. (2017). *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy [Creative sector of the economy: experience and development directions]*. DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy».

11. Kravchenko, O.V. (2015). Kliuchovi problemy suchasnoi kulturnoi polityky Ukrainy: kulturolohichniy kontekst [The main problems of modern cultural policy of Ukraine: cultural context]. *Kultura Ukrainy – Culture of Ukraine*, 49, 188-199.
12. Marchenko, P.S. (2010). Sistemnyi podkhod k upravleniiu kommercheskoi deiatelnosti organizatsii [A systematic approach to managing the commercial activities of organizations]. *Vestnyk MHTU – Bulletin of MSTU*, 13(1), 27-30.
13. Polovtseva, F.P. (2001). *Kommercheskaia deiatelnost [Commercial activity]*. INFRA-M.
14. Prava, svobody ta oboviazky liudyny i hromadianyna [Rights, freedoms and duties of a person and a citizen], Constitution of Ukraine. Section II. <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-ii>
15. Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro kulturu» shchodo vyznachennia poniatia «kreatyvni industrii» [On amendments to the Law of Ukraine "On Culture" regarding the definition of the concept of "creative industries"], Law № 2458-VIII. (June 19, 2018). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>.
16. Pro pidpriemnytstvo [About entrepreneurship], Law № 698-XII (February 11, 2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.
17. Rubinshtein, A. (2007). Obshchestvennye interesy i teoriia publichnykh blag [Public interest and public goods theory]. *Voprosy ekonomiki – Economic questions*, 10, 23-24.
18. Ruseva, O.N. (2003). Strategicheskoe upravlenie kommercheskoi deiatelnostiu predpriatiia [Strategic management of the commercial activities of the enterprise]. *Trudy Odesskogo politekhnicheskogo universiteta – Proceedings of the Odessa Polytechnic University*, 2(20), 1-4.
19. Tisunova, V.M., & Bondarchuk, A.V. (2009). *Hospodarske pravo [Commercial law]*. RVV LDUVS im. E. O. Didorenka.
20. Bakhov, I., Boichenko, E., Martynovych, N., Nych, T., Okolnycha, T., & Vinychenko, V. (2020). Conditions for Development of the Socio-cultural Level of Personality in Today's Ukrainian Society. *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems*, 12 (04), 1668-1676. doi: 10.5373/JARDCS/V12SP4/20201648.

Отримано 30.09.2022

UDC 338.4-026.15(477)

Serhii Plutalov

Senior Lecturer, Department of Performing Arts

Luhansk State Academy of Culture and Arts (Kiev, Ukraine)

E-mail: si.plutalov@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9155-5324>

Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58042000900>

MODERN CONCEPT OF DEVELOPMENT CREATIVE INDUSTRIES IN UKRAINE

In the article, on the basis of the generalization of the theoretical and applied basis in the field of economy, law, culture, the reasons and features of the commercial activity of cultural institutions are determined. It has been established that modern science, in most cases, equates the concepts of "economic activity", "entrepreneurial activity", "economic activity", "commercial activity". Given that, the article delineates these concepts by defining the key features of economic and entrepreneurial activity. On the basis of the definition of the concept of "commercial activity", the main difference between it and other types is determined, the essence of which is to focus on commodity exchange or trade. The relationship between economic, entrepreneurial, economic and commercial activities is conceptualized. It has been proven that economic activity is a broader concept that includes such types as

entrepreneurial, economic and commercial activities. The main types of commercial services of cultural institutions are highlighted. It has been established that the main reason for conducting commercial activities by cultural institutions is obtaining additional income. It was found that not all paid forms of social and cultural activities of cultural and educational institutions, theaters, philharmonic societies, folk groups and performers are considered entrepreneurial. Additional, both traditional and new forms of financing cultural institutions are outlined. A modern concept of the development of creative industries in Ukraine has been formed, the essence of which is to use the so-called symbiosis of forms of economic activity to combine consumer, state and financial interests of cultural institutions and balance supply and demand in the field of cultural and creative industries.

Keywords: *cultural creative industries; economic, commercial, entrepreneurial, economic activity; cultural institutions.*

Fig.: 3. References: 20.