

# ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Оксана МИКИТЮК<sup>1</sup>, канд.екон.наук, доц., Оксана КОВАЛЕНКО<sup>1</sup>, канд.екон.наук, доц., Катерина ПЕТРЕНКО<sup>2</sup>, канд.екон.наук, доц.

<sup>1</sup>Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

<sup>2</sup>Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"(Україна)

**Ключові слова:** креативна економіка, креативна індустрія, інноваційність, креативність.

## Вступ

На сучасному етапі, глобальна економіка переживає значні зміни, відходячи від епохи індустріалізації і рухаючись в напрямку економіки знань і цифрової трансформації суспільства. Поява нових технологій, цифрова революція, неоіндустріалізація, індивідуалізація споживачів - всі ці фактори призвели до глибоких змін у економічних системах численних розвинутих країн. Економіка більше не ґрунтується лише на послугах, а ставить на передній план творчість, інновації і нетривіальний підхід.

Умови повномасштабної кризи на європейському континенті роблять нетрадиційні економічні стратегії управління все більш актуальними. У цих умовах криза 2022 року, спричинена повномасштабним військовим вторгненням на територію України агресора, визначає сферу творчих індустрій як привабливий об'єкт для інвестицій на місцевому, регіональному та світовому рівнях.

Умови повномасштабної кризи на європейському континенті роблять нетрадиційні економічні стратегії управління все більш актуальними. У цих умовах криза 2022 року, спричинена повномасштабним військовим вторгненням на територію України агресора, визначає сферу творчих індустрій як привабливий об'єкт для інвестицій на місцевому, регіональному та світовому рівнях.

Останнім часом велика увага зарубіжних та вітчизняних дослідників зосереджена на розвитку креативної економіки та креативних індустрій. У цьому контексті слід відзначити закордонних науковців, таких як Дж. Хокінс, Р. Флорида і Ч. Лендрі, які внесли значний внесок у розуміння цих концепцій.

Наприклад, Дж. Хокінс вперше ввів термін "креативна економіка" для опису результатів творчої праці людей, які мають економічну цінність, і запропонував активно використовувати його в дослідженнях та практиці [1]. Ч. Лендрі провів дослідження, спрямовані на вивчення впливу таких чинників, як талан і культурна активність, на економічний розвиток конкретних регіонів [2]. Р. Флорида присвятив свої дослідження взаємозв'язку креативної економіки регіонів з їх соціально-економічним розвитком [3].

Питання та виклики, пов'язані з розвитком креативних галузей, набувають актуальності і серед вітчизняних науковців. Останнім часом, ряд вчених зосередив увагу на дослідженні функціонування підприємств у сфері креативності та творчості. Наприклад, Гринчук Ю.[4], Гуменна О. та Харламова Г [5], Кравченко Т., Микитюк О., Онисенко Т. та Шегда А. [6-8], Сотнікова Ю. [9] в своїх дослідженнях висвітлили методи управління персоналом, фінансовими потоками та структуру управління на інноваційних підприємствах у зусиллях забезпечити стійкі конкурентні переваги умовах становлення та розвитку креативної економіки.

Проте, незважаючи на значний обсяг наукових досліджень у сфері креативної економіки та креативних індустрій, залишаються невирішеними питання щодо можливостей розвитку підприємств в сучасних умовах української економіки, особливо в період воєнної агресії та подальшої відбудови.

## **Мета роботи**

Головною метою даного дослідження є проведення аналізу функціонування підприємств у сфері креативності в Україні, висунення пропозицій з метою покращення їхньої діяльності і стимулювання можливостей для подальшого розвитку. Ми також прагнемо визначити фактори, які впливають на роботу підприємств у сфері креативності, а також розглянути можливості, що відкриваються перед цими господарськими суб'єктами.

## **Виклад основного матеріалу дослідження**

Однією із ключових навичок, яка буде надзвичайно важливою в майбутньому, визначається Світовим економічним форумом 2020, - це креативність. Ця здібність людини полягає в здатності генерувати нові ідеї для вирішення проблем, використовувати нестандартні та оригінальні підходи, спираючись на принципово нові знання, вміння та навички.

Поняття “креативна економіка” часто порівнюють з терміном “нова економіка”. Проте ці поняття не є ідентичними; перше є складовою частиною останнього. Справді, поняття “нова економіка” з'явилося в 1990-х роках і визначається як економіка, що характеризується переважанням нематеріальних активів над матеріальними. Іншими словами, це економіка, заснована на знаннях, нових інформаційних технологіях та нових бізнес-процесах, які забезпечують лідерство та конкурентоспроможність.

“Нова економіка” відрізняється своєю спрямованістю на послуги та знання, зокрема, на їх передачу за допомогою нових технологій. Вона базується на людському капіталі, ідеях, знаннях та брендах, відмінно від традиційної економіки, яка акцентується на природних ресурсах, промисловості та виробництві.

На сьогоднішній день “нова економіка” являє собою складну та багаторівневу структуру, що включає в себе наступні складові:

- економіка вражень (The experience economy) – цей вид нової економіки орієнтується на створення та обмін емоціями як основними об'єктами торгівлі;
- трансформаційна економіка (The transformation economy) – вона дозволяє споживачам бути активними учасниками досвіду, а не просто спостерігачами. Ця концепція логічно продовжує ідеї економіки вражень;
- зв'язкова економіка (The connection economy) – цей вид нової економіки ставить в центр уваги створені взаємовідносини та бізнес-зв'язки, а не матеріальні активи;
- креативна економіка (The creative economy) – це особливий сектор економіки, що базується на використанні людської уяви в прийнятті економічних рішень та підвищенні цінності ідеї.

За сутністю, креативну економіку можна взаємодіяти з усіма видами “нової економіки”. Це свідчить про те, що креативна економіка вже давно вийшла за межі творчих професій і активно проникає в різні сфери економіки. Оскільки її ключовими інструментами є нові технології, інновації та інтелект, її вплив росте з кожним роком.

Ще десятиліття тому сектор креативної економіки включав галузі, головним чином пов'язані з культурою, такі як архітектура, мода, дизайн, кіно, музика, ринок мистецтв і антикваріат, видавничу справу, рекламу, телебачення та радіомовлення, сферу розваг і відпочинку.

Сьогодні цей перелік потрібно розширити і доповнити, оскільки творчий сектор стрімко росте і інтегрується в усі сфери економіки. Першу класифікацію секторів креативної економіки розробила та запропонувала UNCTAD (Конференція ООН з торгівлі та розвитку), виділивши чотири групи та дев'ять підгруп креативних індустрій (рис. 1).

При розгляді класифікації креативного сектору в Україні важливо відзначити, що відсутні чіткі та однозначні критерії включення в той чи інший сегмент через те, що креативний підхід інтегрується в більшість економічних сфер. Однак, такий підхід базується лише на створенні кінцевого креативного продукту, а, отже, не враховує суміжні сфери, що також базуються на творчих професіях та знаходяться на стику наук.



Рисунок 1 – Класифікація креативних індустрій  
Джерело: складено авторами за даними [10]

У своїй праці “Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє”, економіст Р. Флоріда пропонує використовувати глобальний індекс креативності як порівняльний показник рівня креативності між різними країнами світу. Цей індекс базується на обчисленні трьох основних коефіцієнтів: технологій, таланту та толерантності [3]. За цими розрахунками, у 2015 році Україна розташувалася на 45-му місці серед 139 країн (43-тє місце за технологіями, 24-тє місце за талантом, 105-тє місце за рівнем толерантності) [11]. За рейтингом Глобального інноваційного індексу у 2022 році Україна опинилася на 57-му місці, що позначає зниження цього показника порівняно з 2021 роком (49-тє місце).

Таблиця 1 – Динаміка Глобального індексу інновацій України, 2015-2022 рр.

Показники	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Глобальний індекс інновацій</b>	<b>64</b>	<b>56</b>	<b>50</b>	<b>43</b>	<b>47</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>57</b>
<i>Innovation Input Sub-Index</i>	84	76	77	75	82	71	76	75
- інститути	98	101	101	107	96	93	91	97
- людський капітал і дослідження	36	40	41	43	51	39	44	49
- інфраструктура	112	99	90	89	90	94	94	82
- рівень розвитку ринку	89	75	81	89	90	99	88	102
- рівень розвитку бізнесу	78	73	51	46	47	54	53	48
<i>Innovation Output Sub-Index</i>	47	40	40	35	36	37	37	48
- знання і технології	34	33	32	27	28	25	33	36
- творчі результати	75	58	49	45	42	44	48	63
- нематеріальні активи	82	42	26	13	17	23	29	62
- креативні товари та послуги	87	87	92	86	91	95	93	87
Online-креативність	51	51	47	43	43	39	45	42

Джерело: складено авторами на основі [12-19]

Аналіз вище вказаних показників дозволив на підставі непередбачуваної та об'єктивної інформації визначити фактори, які мають негативний вплив на формування креативного потенціалу України. Ці фактори включають: несприятливе політичне, регуляторне та бізнес-середовище; відсутність стратегічного бачення розвитку культурно-креативної сфери з боку органів державної влади та місцевого самоврядування; недостатні обсяги інвестицій у науку, дослідження та розвиток культурно-креативних індустрій; низька якість освіти, довілля та особистої безпеки; низький рівень відкритості та толерантності в українському суспільстві [6, с.10].

Сьогодні до цих чинників додалися нові виклики, такі як пандемічні загрози та військові дії на більшій частині території України. Негативні наслідки цих подій вплинули на практично 90% суб'єктів господарювання і особливо вразили підприємства сфери креативних індустрій.

Креативне підприємництво охоплює підприємства, які вкладають більше половини своїх ресурсів у створення творчих продуктів і отримують більше 50% свого доходу від продажу цих продуктів. Цей сектор є основним підрозділом креативних галузей та креативної економіки. Держава має намір активно сприяти розвитку цього виду бізнесу, зокрема, шляхом створення креативних кластерів, закладення основи для шкіл креативних галузей, а також заохочення утворення венчурних фондів і інших заходів з метою підтримки і розвитку існуючих підприємств[20].

Деструктивний вплив воєнних дій на функціонування підприємств креативних індустрій став надзвичайно відчутним. Однак, враховуючи особливості галузей, таких як архітектура, дизайн, мистецтво, реклама, література, видавнича діяльність, виробництво та поширення кіно- та відеофільмів, а також театри, музеї, а в розширеному значенні - легка промисловість, всі вони зазнали значних втрат через відтік носіїв креативного потенціалу за кордон. За результатами опитування щодо стану та потреб бізнесу в Україні під час воєнного конфлікту [21], більше 25% населення України (приблизно 10 мільйонів осіб) покинули свої місця проживання, у тому числі близько 7,5 мільйонів українців виїхали за кордон. Це означає, що фактично представники кожної з вищезазначених галузей креативних індустрій залишили свою сферу діяльності.

Для України культура та креативні індустрії мають важливе значення, оскільки саме цей сектор створює фундамент для національної дипломатії та формує репутацію країни за кордоном. Результати цих комунікацій впливають як на внутрішню стабільність держави, так і на її привабливість для інвестицій [22].

### **Висновки**

Креативність, як основа креативної економіки, стає все важливішим фактором розвитку економіки та суспільства, і це підтверджується наступними показниками: в цей момент креативні індустрії створюють близько 50 мільйонів робочих місць та приносять близько 6,1% світового ВВП. За останні роки спостерігається стабільний ріст цього сектору, який складає близько 30% щорічно. У деяких країнах креативні індустрії становлять навіть понад 10% ВВП. Україна, хоча й мала певну частку креативної економіки перед війною (яка становила 7% ВВП), могла б мати ще більший потенціал. Проте існують певні перешкоди, які необхідно подолати, оскільки цей сектор в Україні потребує значних змін та розвитку. Отже для подальшого ефективного функціонування підприємств у сфері креативних індустрій необхідно активізувати діяльність наукового сектору у напрямку співпраці з креативними індустріями з метою використання знань, талантів та ідей. Учасники креативної сфери потребують імплементації нових провідних європейських практик державної підтримки, які були б спрямовані на розвиток інфраструктури, фінансове та інформаційне забезпечення малого та середнього бізнесу і креативних індустріях економіки. Однак важливо враховувати, що воєнний конфлікт може створити значні економічні та соціальні труднощі, і потребує надзвичайної уваги з боку влади, громадськості та міжнародного співтовариства для врегулювання ситуації та сприяння розвитку креативних індустрій в Україні.

### **Список літератури**

1. J. Howkins, "The creative economy: How people make money from ideas," Penguin UK, 2002.
2. C. Landry, "The creative city a toolkit for urban innovators," Repr. ed., London: Earthscan, 2001.
3. Р. Флорида, "Homo creativus. Як новий клас завойовує світ," Наш формат, 2018.
4. Ю. Гринчук, "Креативний потенціал України: аналіз, напрямки розвитку," Економіка та держава, вип. 7, стор. 6-15, 2020. [Online]. Доступно: [http://www.economy.in.ua/pdf/7\\_2020/3.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/7_2020/3.pdf).

5. Г. Харламова та О. Гуменна, "Креативність врятує: уроки для України," Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка, вип. 1 (196), с. 76–84, 2018.
6. О. Муkytiuk, Т. Kravchenko та Т. Onysenko, "Creative management of enterprise cash flows," Причорноморські економічні студії, вип. 52, част 2, с. 34–39, 2020.
7. А. Шегда та Т. Онисенко, "Асиметрія інформації в системі креативного менеджменту підприємств," Рец.: Г. Бедіанашвілі, доктор економічних наук, професор, с. 39, 2019.
8. Т. Онисенко, О. Микитюк та Н. Мисник, "Управління персоналом креативних індустрій в умовах гібридної війни," Теоретичні та прикладні питання економіки, вип. 2 (43), с. 239–246, 2021.
9. Ю. Сотнікова, "Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива?," Інфраструктура ринку, вип. 3, с. 123–127, 2016.
10. "CREATIVE ECONOMY REPORT 2008," [Online]. Available: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf).
11. Skavronska, "Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development," Economics and Sociology, vol. 10, no. 2, pp. 87–106, 2017. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/7. [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/figure/Ranking-Ukraine-by-the-Global-Creativity-Index\\_tbl1\\_319091793](https://www.researchgate.net/figure/Ranking-Ukraine-by-the-Global-Creativity-Index_tbl1_319091793).
12. Cornell University, INSEAD, and WIPO, "The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development," Fontainebleau, Ithaca, and Geneva. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_gii\\_2015.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf)
13. Cornell University, INSEAD, and WIPO, "The Global Innovation Index 2016: Winning with Global Innovation," Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2016.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf)
14. Cornell University, INSEAD, and WIPO, "The Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World," Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2017.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf)
15. Cornell University, INSEAD, and WIPO, "The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation," Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2018.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf)
16. Cornell University, INSEAD, and WIPO, "The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation," Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2019.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf)
17. Cornell University, INSEAD, and WIPO, "The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation?" Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2020/ua.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf)
18. WIPO, "Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis," Geneva: World Intellectual Property Organization. [Online]. Available: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2021.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf)
19. WIPO, "The Global Innovation Index 2022 (GII) tracks global innovation trends against the background of an ongoing COVID-19 pandemic, slowing productivity growth and other evolving challenges," [Online]. Available: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>
20. Г. М. Самійленко, "Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки," Проблеми і перспективи економіки та управління, vol. 2 (22), pp. 31–42, 2020.
21. "Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування." [Online]. Available: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultatiopituvanna>
22. А. Каравай, "Культурний бізнес в Україні під час війни: він оживає чи виживає?" [Online]. Available: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/16/688223/>