

УДК 65.06
JEL J20, J17
ORCID ID: 0000-0003-6386-6766
ORCID ID: 0000-0003-2176-4168
ORCID ID: 0000-0002-8657-7278
DOI <https://doi.org/10.17721/tppe.2022.45.12>

Коваленко О., к.е.н., доцент
КНУ імені Тараса Шевченка
Онисенко Т., к.е.н., доцент
КНУ імені Тараса Шевченка
Микитюк О., к.е.н., доцент
КНУ імені Тараса Шевченка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ

В умовах військової агресії проти України, гостро постає питання активізації зростання економіки та відновлення вітчизняної конкурентоспроможності. Рушієм даних процесів можуть стати креативні індустрії, адже креативний процес характеризується початковим розумінням навіщо, для кого та як потрібно щось створювати і, власне, що саме потрібно створювати. В контексті тотальної глобалізації економічних процесів, креативність, як один з її носіїв виступає в якості найбільш цінного товару однак при цьому лише формує його - не становлячи при цьому власне товар. Таким чином головна мета статті – виокремлення та аналіз перспектив розвитку креативної економіки України в умовах викликів військового часу. Авторами було висвітлено питання, що стосуються теоретичних засад формування та функціонування креативних індустрій економіки в умовах військової агресії. З'ясовано, що креативна економіка є елементом нової економіки та формує її разом з інноваційною та знаннєвою економікою.

Дослідження присвячене виокремленню значення та сутності складових економічної категорії «креативна економіка» та «креативні індустрії», також вивчено ретроспективу теоретичних досліджень щодо трактування зазначених дефініцій закордонними та вітчизняними науковцями. Також авторами зазначено, що в Україні не існує системних документів які б регулювали таку категорію як креативна економіка.

Розглянуто креативну економіку як системне явище, наведено особливості його функціонування з погляду системного підходу. Окреслені основні проблеми функціонування та розвитку креативного сектору економіки.

Проаналізовано міжнародних досвід підтримки креативних індустрій з боку держави та виокремлені перспективи їх застосування в Україні в умовах військової агресії. Також зазначено, що на сьогодні переважне значення у відбудові української економіки мають становити креативні сектори, які здатні сприяти інноваціям, модернізації і створенню високої доданої вартості, з

потенціалом розвитку малого та середнього бізнесу. І як наслідок креативні сектори матимуть високий попит на світових ринках.

Ключові слова: *креативна економіка, креативна індустрія, інноваційність, креативність, Глобальний індекс інновацій, валова додана вартість.*

Постановка проблеми. Сьогодні світова економіка знаходиться на межі великих змін, епоха індустріалізації поступається місцем економіці знань та цифрової трансформації суспільства. Поява нових технологій, інформатизація, неоіндустріалізація, персоніфікація споживача – все це призвело до глобальних змін у економічних системах багатьох розвинутих країн. Економіка перестала базуватися лише на послугах, а основою стає творчість, креативність та нетривіальний підхід.

Креативна економіка змінює традиційне уявлення про моделі економічного зростання, конкурентоспроможність підприємств, трансформує цінності та формує нову додану вартість. І якщо індустріальна економіка виділяє людині творчій місце у виробничому ланцюгу, обмежуючи її лише рамками самої творчої професії, то креативна економіка – дає свободу та заохочує інноваційність.

Аналіз останніх публікацій. Останнім часом багато як зарубіжних, так і вітчизняних вчених звертають увагу на розвиток креативної економіки та креативних індустрій. Основоположниками концепції креативності в економіці вважаються такі закордонні дослідники як Дж.Хокінс, Р.Флоріда, Ч.Лендрі. Зокрема, Джон Хокінс ввів в науковий обіг вперше поняття «креативна економіка» у значенні результатів творчої діяльності людини, які характеризуються економічною цінністю, та запропонував впровадити у широке користування [1].

Ч. Лендрі вивчав вплив таких факторів, як талант та ставлення до культури, на розвиток економіки регіону [2]. Р. Флоріда присвятив свої дослідження взаємозв'язку креативної економіки регіону із його соціально економічним розвитком [3].

Питання та проблеми розвитку креативної індустрії стає все більш актуальним і серед вітчизняних науковців. Так, Гринчук Ю.С. в своїх працях [4] та Коваль Н.В [5] проаналізували креативний потенціал України, дослідили методика визначення та динаміку рейтингових показників України в Глобальному індексі креативності, Індексі соціального прогресу, Глобальному індексі інновацій тощо, визначили чинники, які негативно впливають на формування креативного потенціалу держави.

Ю.В. Сотнікова [6, с.181] намагалась адаптувати методика Р. Флориди для розрахунку індексу креативності регіонів України за індексами таланту, технологій та толерантності, провела кластерний аналіз регіонів за означеними індексами з метою визначення перспективних регіонів та регіонів аутсайдерів за рівнем розвитку креативних індустрій.

Роль креативного підходу до ділової активності і економічного розвитку в цілому розглянули в своїй праці «Креативність врятує: уроки для України» науковиці Харламова Г. та Гуменна О. [7]. В праці було розглянуто сутність творчих галузей та динаміку розвитку креативних індустрій у США та країнах ЄС.

Аналізу діяльності підприємств креативної індустрії присвячено роботи Шегди А., Онисенко Т., Микитюк О., Кравченко Т. [8-10]. Вчені присвітили увагу в своїх працях методам управління персоналом на підприємствах креативної сфери, управлінню

грошовими потоками та побудові системи менеджменту на інноваційних підприємствах з метою забезпечення стійких конкурентних переваг господарюючих суб'єктів в умовах становлення та розвитку креативної економіки.

Креативне мислення та особливості розвитку креативної економіки все більше проникає в наукову спільноту. Так, Киристюк С.В. в своїх роботах проаналізував основні тенденції та особливості глобального розвитку креативних індустрій. Ним також було дано оцінку ступеня розвиненості креативного сектору в економіці України, а також визначено національні особливості розвитку креативних індустрій [11]. Автором було зроблено висновок про надто стрімкий розвиток креативних індустрій, що вимагає від України гнучкості в прийнятті рішень у сфері інновацій, високого ступеня адаптивності та швидкого сприйняття нововведень. Такі дії забезпечать уникнення перекосів у структурі креативної економіки та відкриття нових можливостей для креативних індустрій.

Невирішені частини проблеми. Не зважаючи на значну увагу до розвитку креативної економіки та креативних індустрій, деяким питанням варто приділити більш ретельної уваги. Зокрема, важливо розуміти можливості розвитку підприємств креативної індустрії в сучасних умовах функціонування української економіки, а саме в період воєнної агресії та повоєнної відбудови. Це важливі фактори нинішнього функціонування підприємств, які не стільки впливають на розвиток креативної економіки, скільки визначають його. Саме таким питанням і присвячене наше дослідження.

Мета статті. Метою статті є аналіз функціонування підприємств креативного сектору в Україні, вироблення пропозицій щодо покращення їх діяльності та можливостей розвитку, з'ясування причин, що впливають на діяльність підприємств креативної сфери, та можливостей, що відкриваються перед такими суб'єктами господарювання. Значної уваги приділено розвитку середовища, в якому функціонують креативні індустрії, оскільки воєнна агресія стала новим викликом існування і розвитку інноваційних підприємств.

Методологія дослідження. У роботі використано такі спеціальні та загальні методи дослідження, а саме аналіз, синтез та систематизація. На основі критичного аналізу та синтезу наукових підходів до визначення сутності креативної економіки визначено сутнісні характеристики зазначеного поняття. Аналіз та систематизація факторів, що впливають на розвиток креативної індустрії в сучасних умовах, дозволили авторам виявити проблемні моменти, які підтримують розширення креативного потенціалу України, а саме недосконалість законодавчої бази та обмеження зовнішнього середовища суб'єктів господарювання, які працюють в цій сфері. Проаналізувавши статистичну інформацію, було запропоновано шляхи вдосконалення розвитку підприємств креативної індустрії з метою забезпечення стійких конкурентних переваг таких підприємств та креативної економіки цілому.

Результати дослідження. Серед головних навичок людини в майбутньому Світовий економічний форум 2020 виділяє одну найважливішу – креативність. Це здібність людини, яка базується на знаходженні нових ідей у вирішенні проблем, нестандартні, оригінальні підходи на основі принципово нових знань, умінь і навичок.

Творча особистість стає центральною фігурою креативної економіки та змінює підхід до економічного мислення, вносить нове та оригінальне до практичної діяльності, а також її здібності є важливою складовою до вирішення кризових ситуацій та проблем в діловому середовищі. Таким чином, творча економіка дає нове життя процесу виробництву, впровадженні інновацій, породжує нові галузі на стику наук, створює нові послуги, підіймає на абсолютно новий рівень торгівлю, маркетинг та якість життя пересічного споживача.

У 2008 році було опубліковано перший глобальний звіт про стан розвитку креативної економіки, яку було представлено як ефективну модель прискорення соціо економічного розвитку в світі. В розвинених країнах визнавали значимість креативних індустрій для економіки й проголошували одним із пріоритетів розвитку. Піднесення креативної економіки відбулося на тлі глобальної фінансової кризи, яка поставила перед світовою спільнотою нові виклики, пов'язані з пошуком новітніх шляхів розвитку світової економіки. Потрібні були нестандартні рішення для побудови нових дієвих систем. Креативна економіка на противагу традиційній експлуатації обмежених природних ресурсів пропонує задіяння практично безмежних ресурсів – знань та креативного таланту людини. Креативне мислення стає найважливішим джерелом новітніх і творчих ідей та нестандартних рішень у більшості сфер економіки, створення нових товарів та послуг, нових потреб та ринків, пропагування ідей екологічного, сталого розвитку та ощадливого виробництва [12].

Попри циклічні коливання та кризові явища, креативна економіка показує високі темпи росту в розвинутих країнах світу та стає важливим сектором національної економіки багатьох держав. По суті креативний сектор за останні десятиліття проявив стійкість до криз, чим став привабливим для інвестицій як в середині країн, так і за її межами. У 2019 році Генеральна асамблея ООН проголосили 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку. І це ще раз доказує важливість та зростання ролі креативних індустрій на економічний розвиток.

Поняття «креативної економіки» часто порівнюють з поняттям «нова економіка». Ці судження не є тотожними – перше є складовою останнього. І дійсно так, поняття «New Economy» (нова економіка, неоекономіка) з'явилося у 90-х роках. Його значення пов'язують із сучасною екосистемою, що характеризується переважанням нематеріальних активів над матеріальними. Іншими словами, це економіка знань, нових інформаційних технологій, нових бізнес процесів, які забезпечують лідерство та конкурентоспроможність. «Нова економіка» характеризується своєю орієнтованістю на послуги та знання, зокрема, на їхню передачу за допомогою нових технологій. Вона спирається на людський капітал, ідеї, знання та бренди, на відміну від традиційної економіки, яка орієнтована на природні ресурси, промисловість та виробництво.

Сьогодні нова економіка – це складна і багаторівнева структура, основними складовими якої є:

- The experience economy (Економіка вражень) — вид нової економіки, основним об'єктом створення та купівлі-продажі являються емоції.

- The transformation economy (Трансформаційна економіка) — вид економічних відносин, що дозволяють споживачу бути в центрі певного досвіду, а не просто його свідком. Логічне продовження економіки вражень.
- The connection economy (Зв'язкова економіка) — різновид нової економіки, що ставить в центр цінність, створену за рахунок побудови взаємовідносин та ділових зв'язків, а не матеріальних активів.
- The creative economy (Креативна економіка) — особливий сектор економіки, який ґрунтується на використанні людської уяви у прийнятті економічних рішень та підвищенні цінності ідеї [3].

По суті, креативну економіку можна поєднати з усіма підвидами нової економіки. Це, в свою чергу, доводить той факт, що креативна економіка давно вийшла за межі творчих професій та стрімко просочується в усі сфери економіки. А оскільки її ключовими інструментами є нові технології, інновації та інтелект, то межі її впливу з кожним роком зростають.

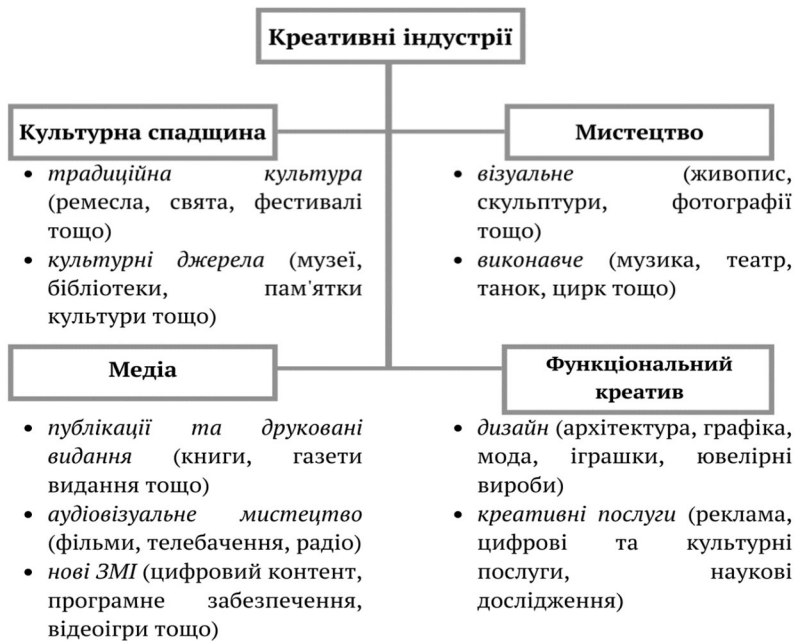
Джон Хокінс у своїй книзі «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» [1], що видана у 2001 році вперше запропонував та впровадив у широке користування поняття «креативна економіка». В своїй праці він пояснює це поняття як «транзакцію результатів творчої діяльності, які характеризуються економічною цінністю».

Міністерство з питань культури, інформації та спорту Великої Британії визначає креативну економіку як сукупність галузей, що пов'язані з індивідуальними творчими навичками та талантами, і які мають потенціал до отримання прибутку й створення робочих місць за рахунок експлуатації інтелектуальної власності людини [13]. Іншими словами, до креативної економіки відносяться ті галузі, які «виробляють» інтелектуальну власність.

У 2008 році на конференції Організації Об'єднаних Націй з питань торгівлі та розвитку було прийнято називати креативною економікою концепцію, що «заснована на творчих активах, які можуть безперестанно сприяти економічному зростанню та розвитку» [14].

Закон України «Про культуру» дає наступне визначення креативних індустрій: «Креативні індустрії - види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [15].

Ще десятиліття тому, до сектору креативної економіки відносили індустрії, які переважно стосувалися культури: архітектура, ремесла, мода, дизайн, кіно, музика, ринок мистецтв та антикваріату, виконавче мистецтво, видавничу справу, рекламу, телебачення та радіомовлення, сферу розваг та відпочинку. Сьогодні цей список варто розширити та доповнити через стрімке зростання творчого сектору та його інтеграцію у всі сфери економіки. Вперше класифікацію секторів креативної економіки було розроблено та запропоновано UNCTAD (Конференція ООН з торгівлі та розвитку), яка виділила чотири групи та дев'ять підгруп креативних індустрій (рис.



1).

*Рис.1 Класифікація креативних індустрій
Джерело: складено авторами за даними [16]*

Аналізуючи класифікацію креативної галузі в Україні, варто зазначити, що немає чітких та зрозумілих критеріїв віднесення до тої чи іншої групи через розмитість та інтеграцію креативного підходу в більшість сфер економіки. Лише у 2019 році була запропонована класифікація креативних індустрій за видами діяльності, серед яких виділено наступні:

- візуальне мистецтво: живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо;
- сценічне мистецтво: жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо;
- література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації;
- аудіальне мистецтво;
- аудіовізуальне мистецтво: кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо;
- дизайн;

- мода;
- нові медіа та інформаційно–комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D–друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо);
- архітектура і урбаністика;
- реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги;
- бібліотеки, архіви та музеї;
- народні художні промисли [17].

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.

У своїй праці «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» економіст Р.Флоріда, пропонує в якості порівняльного показника рівня креативності серед різних країн світу глобальний індекс креативності, що базується на обчисленні основних трьох коефіцієнтів – технології, таланту та толерантності [3]. За цими підрахунками у 2015 році Україна посіла 45 місце із 139 країн (технології – 43-тє місце, талант – 24-тє місце, рівень толерантності – 105 місце) [18]. За рейтингом Глобального інноваційного індексу у 2021 році Україна посіла 49-тє місце та за останні 5 років піднялася практично на 7 позначок догори.

Таблиця 1

Динаміка Глобального індексу інновацій України, 2015-2020 рр.

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

Джерело: складено авторами на основі [19-25].

Аналіз вище зазначених показників дав можливість на основі неупередженої об'єктивної інформації визначити чинники, що негативно впливають на формування креативного потенціалу України, а саме: несприятливе політичне, регуляторне та бізнес середовище; відсутність стратегічного бачення розвитку культурно-креативної сфери органами державної влади та місцевого самоврядування; недостатній обсяг інвестицій у НДДКР та в освіту; незадовільна якість освіти, докпілля, особистої безпеки; низький рівень відкритості та толерантності українського суспільства [10, с.10]. Сьогодні до таких чинників додалися нові виклики: пандемічні загрози та військові дії на більшості території України, негативні наслідки від яких охопили

майже 90% суб'єктів господарювання і, особливо позначились на підприємствах креативної індустрії.

Для розуміння швидкості зростання обсягу креативної економіки варто проаналізувати валову додану вартість, що створюють підприємства креативної індустрії. Валова додана вартість (ВДВ) креативних індустрій України зростає швидкими темпами. У 2018 році ВДВ креативних індустрій склала 97 млрд гривень (3,9% загальної доданої вартості), а в 2019 році вона вже склала 117,2 млрд гривень (3,95% загальної доданої вартості). Більшу частину доданої вартості креативних індустрій створює комп'ютерне програмування - майже 43% від загальної ВДВ креативних індустрій в 2019 році, що і забезпечує їх стрімке зростання. В 2019 році номінальна ВДВ комп'ютерного програмування виросла в 7,7 рази у порівнянні з докризовим 2013 роком, а враховуючи інфляцію – майже в 3 рази.

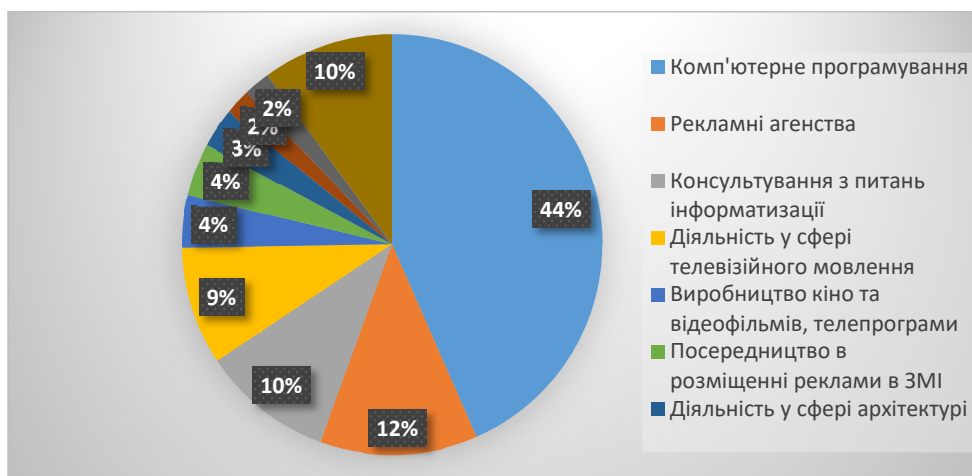


Рис.2. Структура валової доданої вартості креативних індустрій в Україні, 2019 р.
Джерело: складено авторами на основі [26]

Крім комп'ютерного програмування, до ТОП-5 найбільших видів економічної діяльності креативних індустрій за ВДВ також відносяться рекламні агенції (12%), консультування з питань інформатизації (10%), діяльність у сфері телевізійного мовлення (9%), а також виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм (4%) та посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації (4%).

Якщо розглянути економічну діяльність креативних індустрій на більш високому рівні, більша частина ВДВ створюється діяльністю, пов'язаною з інформаційними технологіями. В 2019 році інформаційні технології згенерували 63,7 млрд гривень ВДВ або 54,3% національної ВДВ креативних індустрій. На другому місці - реклама, маркетинг та PR – 20,2 млрд гривень ВДВ або 17% національної ВДВ. На третьому місці з невеликим відставанням знаходиться аудіовізуальне мистецтво – 19,4 млрд гривень ВДВ або 17% національної ВДВ [27, с.30].

Швидкими темпами зростає і кількість підприємств в сфері креативних індустрій. На 2019 рік налічувалось 205,5 тисяч суб'єктів господарювання. Для порівняння, роком раніше в креативних індустріях діяло 175,2 тисячі суб'єктів господарювання, а в 2013 році – 97 тисяч. Відповідно, кількість підприємств, які створюють ВДВ у креативній індустрії зросла у 2019 році на 17,3% до попереднього року та більш ніж

вдвічі до 2013 року. Інші види економічної діяльності зростали повільніше і, як результат, частка компаній зросла з 5,6% в 2013 році до 10,6% у 2019 (рис.3.).

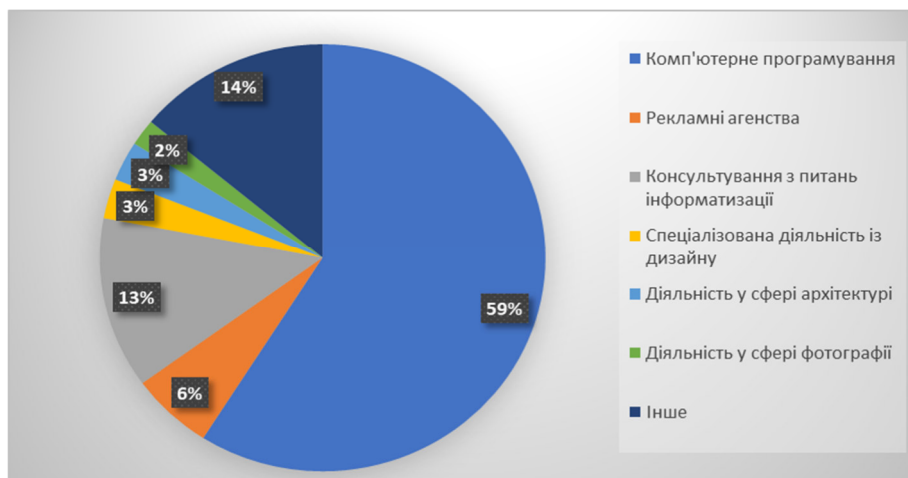


Рис.3. Структура суб'єктів економічної діяльності креативних індустрій в Україні, 2019 р. [26].

Аналізуючи структуру сфери креативних індустрій за видами економічної діяльності, можна відзначити, що більша частина суб'єктів господарювання діє у сфері комп'ютерного програмування – майже 59% від усіх бізнесів креативних індустрій в 2019 році. Кількість суб'єктів господарювання у сфері комп'ютерного програмування у 2019 році зросла на 21% до попереднього року, та більш ніж втричі до 2013 року. Можливою причиною такого суттєвого зростання є активне використання спрощеної системи звітності та оподаткування, що мотивує спеціалістів реєструватися як індивідуальні підприємці.

Суттєву частку у структурі суб'єктів економічної діяльності креативної індустрії також займають консультавання з питань інформатизації (13%), рекламні агентства (6%), а також спеціалізована діяльність із дизайну (3%) та діяльність у сфері архітектури (3%). Ці сфери діяльності також демонструють високі темпи зростання, можливо, за рахунок методів, аналогічних сфері комп'ютерного програмування [27, с.30].

На відміну від кількості економічних суб'єктів та ВДВ, зайнятість у креативній індустрії зростала не так швидко (Рис. 4), хоча з 2013 року зростання склало майже



40%.

*Рис.4. Зайнятість в креативній індустрії в Україні, 2019 р.
Джерело: складено авторами на основі [26].*

Загалом, в 2019 році, підприємства креативної індустрії забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,8% зайнятих. Для порівняння, роком раніше в креативній індустрії було зайнято 309,5 тисяч працівників, а в 2013 році – лише 252 тисячі працівників. Крім того, зайнятість сфери креативної індустрії є менш концентрована у певних напрямках, ніж кількість суб'єктів господарювання. Хоча більша частина зайнятості в креативній індустрії все ж таки діє у сфері комп'ютерного програмування - майже 42% від усіх працівників креативної індустрії в 2019 році, кількість працівників розподілена більш рівномірно між іншими видами економічної діяльності. Зайнятість у сфері комп'ютерного програмування у 2019 році зросла на 20% до попереднього року, та в 2,5 рази до 2013 року. Такі темпи зростання є співставними з темпами зростання кількості підприємств. Суттєвий внесок у кількість працівників креативної індустрії роблять підприємства, що займаються консультуванням з питань інформатизації (11%), рекламні агенства (9%), діяльністю у сфері архітектури (5,4%) та діяльністю у сфері телевізійного мовлення (4,7%).

З точки зору генерування ВДВ, у розрахунку на одного працівника в 2019 році найбільше ВДВ також створюють суб'єкти аудіовізуального мистецтва – 557 тисяч гривень. Різниця між сферами креативної індустрії у розрахунку ВДВ на одного працівника не є такою великою, як у випадку ВДВ на одного суб'єкта господарювання: для реклами, маркетингу та PR цей показник складає 486 тисяч гривень, а для комп'ютерного програмування – 333 тисячі гривень. Найменше в 2019 році валової доданої вартості згенерували суб'єкти моди – 61 тисячу гривень ВДВ на одного працівника.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Креативність як основа креативної економіки дедалі частіше займає місце ключового фактору розвитку економіки та суспільства. Підтвердженням того є показники в 50 млн робочих місць, що сформовані за рахунок індустрій креативної економіки та 6,1% світового ВВП, що

показує планомірне зростання на 30% в рік. В деяких країнах креативні індустрії сягають понад 10%. Україна ж, в довоєнний період мала вагому частку креативної економіки – на рівні 7% ВВП, але її потенціал міг бути значно вищим. Саме через наявність певних перешкод, які варто усунути, вітчизняний креативний сектор економіки і потребує істотних змін та напрацювань.

Таким чином, спираючись на проведені дослідження, можемо констатувати той факт, що креативна економіка в країнах ЄС, а також Австралії та Канаді має щонайменше чотири надійні «ноги»: 1) політики та законодавство; 2) кластери й хаби; 3) інкубатори й акселератори; 4) професійні мережі та асоціації. Ця інфраструктура забезпечує стійкість і сталість сектору. Активну роль у створенні кластерів та інкубаторів відіграють муніципалітети, адже сучасні міста у світі конкурують передусім за креативних людей і доступ до технологій. Мережі та асоціації обстоюють інтереси сектору в політичному середовищі й спонукають дотримуватися відповідних стратегій та ухвалювати нормативні акти, які усувають бар'єри на шляху розвитку, а не створюють їх [28].

Отже як перспективу подальшого вивчення даного питання варто окреслити наступні кроки:

- Активізація діяльності наукового сектору у співпраці з креативними індустріями з метою використання знань, талантів та ідей, втілених у бізнес моделях і технологіях для отримання прибутку.

- Створення нових робочих місць, генерування доходів учасників креативного сектору і розвиток експорту через міжнародну торгівлю товарами та послугами креативної економіки, і, як наслідок, підвищення рівня конкурентоспроможності української креативної індустрії в світовому рейтингу.

- Для реалізації процесів загального економічного зростання України у післявоєнний період. Учасники креативного сектору потребують імплементації нових провідних європейських практик державної підтримки, які були б спрямовані на розвиток інфраструктури, фінансове та інформаційне забезпечення малого і середнього бізнесу в креативних індустріях економіки.

Зважаючи на вище викладене, науковцям в своїх пошуках варто зосередити увагу на співпраці з представниками реального бізнесу креативної економіки та оптимізувати діючі моделі монетизації продуктів креативної сфери діяльності в умовах нових викликів зовнішнього середовища.

Література.

1. Howkins, J. (2002). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin UK.
2. Landry, Charles (2001). The creative city a toolkit for urban innovators (Repr. ed.). London: Earthscan [u.a.]
3. Флорида, Р. (2018). Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. *Наш формат*. 380 с.
4. Гринчук, Ю. (2020). Креативний потенціал України: аналіз, напрямки розвитку. *Економіка та держава*. Вип.7. С.6-15 URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2020/3.pdf
5. Гринчук, Ю. С., & Коваль, Н. В. (2020). Креативний потенціал України: аналіз, напрями розвитку.

6. Сотнікова, Ю. (2016). Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива?. *Інфраструктура ринку*. Вип.3.С.123-127.
7. Харламова Г., & Гуменна О. (2018). Креативність врятує: уроки для України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Економіка. Вип. 1 (196). С. 76—84.
8. Шегда, А., & Онисенко, Т. (2019). Асиметрія інформації в системі креативного менеджменту підприємств. Рец.: Г. Бедіанашвілі, доктор економічних наук, професор, р.39.
9. Онисенко, Т., & Микитюк, О., & Мисник, Н. (2021). Управління персоналом креативних індустрій в умовах гібридної війни. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2021. Вип. 2 (43). С. 239- 246.
10. Мукутиук, О., & Kravchenko, T. & Onysenko, T. (2020). Creative management of enterprise cash flows. *Причорноморські економічні студії*. Вип.52. част 2.С.34-39.
11. Киризьук, С. В. (2014). Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер.: Економічні науки, (6 (1)), 68-72.
12. Самійленко, Г. М. (2020). Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. (2 (22)). С. 031-042.
13. Creative Industries Mapping Documents 1998. GOV.UK (en). URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
14. Trade and Development Report 2008. «Creative economy outlook.Trends in international trade in creative industries», 14 Jan 2019. URL: <https://unctad.org/search?keys=Creative+economy+outlook.Trends+in+international+trade+in+creative+industries>
15. Закон України «Про культуру» № 2778-VI від 14.12.2010 . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
16. CREATIVE ECONOMY REPORT 2008. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf
17. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій». 24.04.2019. № 265-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
18. Skavronska, I. (2017). Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology* 10(2):87-106. DOI:10.14254/2071-789X.2017/10-2/7. URL: https://www.researchgate.net/figure/Ranking-Ukraine-by-the-Global-Creativity-Index_tbl1_319091793
19. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2015).The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development, Fontainebleau, Ithaca, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf
20. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2016). The Global Innovation Index 2016: Winning with Global Innovation, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf
21. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2017); The Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf
22. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2018): The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf
23. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2019); The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf

24. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2020). The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf
25. WIPO (2021). Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf
26. Валовий регіональний продукт у 2019 році. *Державна служба статистики України*. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/04/zb_vrp_2019.pdf
27. Ніколаєва, О., Онопрієнко, А., Таран, С., Шоломицький, Ю., & Яворський, П. (2021). Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Київ: *КШЕ*. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf?fbclid=IwAR3aQkkBZHgt4aYansCvyKdZDMkaPBWKqu1exGcyAMOdPteC6PZXu7tUYA>
28. Креативні індустрії в Україні: вистояти, просвітити(ся). *Український тиждень*. 26.02.2016. URL: <https://tyzhden.ua/kreatyvni-industrii-v-ukraini-vystoiaty-prosvityty-sia/>

References.

1. Howkins, J. (2002). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin UK.
2. Landry, Charles (2001). The creative city a toolkit for urban innovators (Repr. ed.). London: Earthscan [u.a.]
3. Floryda, R. (2018), Homo creativus. Yak novyj klas zavojuvuaie svit. [Homo creativus. How the new class conquers the world], Nash format, Kyiv, Ukraine.
4. Hrynychuk, Yu. (2020). Kreatyvnyi potentsial Ukrainy: analiz, napriamky rozvytku. *Ekonomika ta derzhava*. Vyp.7. S.6-15 URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2020/3.pdf
5. Hrynychuk, Yu. S., & Koval, N. V. (2020). Kreatyvnyi potentsial Ukrainy: analiz, napriamy rozvytku.
6. Sotnikova, Yu. V. (2017), Creative economy in Ukraine: reality or a promise?. *Infrastruktura rynku*, vol. 3, pp. 123—127)
7. Kharlamova, H. and Humenna, O. (2018), "Creativity is a saviour: lessons for Ukraine", *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, vol. 1 (196), pp. 76—84.)
8. Shegda, A., & Onysenko, T. (2019). Asymetriia Informatsii V Systemi Kreatyvnoho Menedzhmentu Pidpriemstv. *Retsenzenty: H. Bedianashvili, doktor ekonomichnykh nauk, profesor*, p.39.
9. Onysenko, T., & Mykytiuk, O., & Mysnyk, N. (2021). Upravlinnia personalom kreatyvnykh industrii v umovakh hibyidnoi viiny. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*. 2021. Vyp. 2 (43). S. 239-246.
10. Mykytiuk, O., & Kravchenko, T. & Onysenko, T. (2020). Creative management of enterprise cash flows. *Prychornomorski ekonomichni studii*. Vyp.52. chast 2.C.34-39.
11. Kyryziuk, S. V. (2014). Mizhnarodni ta vitchyzniani tendentsii rozvytku kreatyvnoi ekonomiky. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. Ser.: *Ekonomichni nauky*, (6 (1)), 68-72.
12. Samiilenko, H. M. (2020). Kreatyvna ekonomika: teoretychni zasady ta osoblyvosti yii funkcionuvannia v umovakh stanovlennia novoi ekonomiky. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*. (2 (22)). C. 031-042.
13. Creative Industries Mapping Documents 1998. GOV.UK (en). URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
14. Trade and Development Report 2008. «Creative economy outlook.Trends in international trade in creative industries», 14 Jan 2019. URL: <https://unctad.org/search?keys=Creative+economy+outlook.Trends+in+international+trade+in+creative+industries>

15. Zakon Ukrainy «Pro kulturu» № 2778-VI vid 14.12.2010 . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
16. CREATIVE ECONOMY REPORT 2008. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf
17. Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy «Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii». 24.04.2019. № 265-r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
18. Skavronska, I. (2017). Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology* 10(2):87-106. DOI:10.14254/2071-789X.2017/10-2/7. URL: https://www.researchgate.net/figure/Ranking-Ukraine-by-the-Global-Creativity-Index_tbl1_319091793
19. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2015). *The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development*, Fontainebleau, Ithaca, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf
20. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2016). *The Global Innovation Index 2016: Winning with Global Innovation*, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf
21. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2017); *The Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World*, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf
22. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2018); *The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation*. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf
23. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2019); *The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation*, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf
24. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2020). *The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation?* Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf
25. WIPO (2021). *Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis*. Geneva: World Intellectual Property Organization. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf
26. Valovyi rehionalnyi produkt u 2019 rotsi. Derzhavna sluzhba statystryky Ukrainy. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/04/zb_vrp_2019.pdf
27. Nikolaieva, O., Onopriienko, A., Taran, S., Sholomytskyi, Yu., & Yavorskyi, P. (2021). *Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy*. Kyiv: KShE. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf?fbclid=IwAR3aQkkBZHgt4aYansCvyKdZDMkaPBWKqu1exGcyAMOpPteC6PZXu7tUYA>
28. *Kreatyvni industrii v Ukraini: vystoiaty, prosvityty(sia)*. Ukrainskyi tyzhden. 26.02.2016. URL: <https://tyzhden.ua/kreatyvni-industrii-v-ukraini-vystoiaty-prosvityty-sia/>

Kovalenko O., PhD in economics,
Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Onysenko T., PhD in economics,
Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Mykytiuk O., PhD in economics,
Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PROSPECTS FOR THE UKRAINIAN CREATIVE ECONOMY'S DEVELOPMENT UNDER THE CHALLENGES OF WARTIME

In the conditions of military aggression against Ukraine, the issue of revitalizing economic growth and restoring domestic competitiveness is acute. Creative industries can become the driver of these processes because the creative process is characterized by an initial understanding of why, for whom and how something needs to be created and, in fact, what exactly needs to be created. In the context of the total globalization of economic processes, creativity, as one of its carriers, acts as the most valuable product, but at the same time it only forms it - without becoming a product itself. Thus, the main goal of the article is to highlight and analyze the prospects for the development of the creative economy of Ukraine in the conditions of the challenges of wartime. The authors highlighted issues related to the theoretical foundations of the formation and functioning of creative industries of the economy in conditions of military aggression. It was found that the creative economy is an element of the new economy and forms it together with the innovative and knowledge economy.

The study is dedicated to distinguishing the meaning and essence of the components of the economic category "creative economy" and "creative industry" and studied the retrospective of theoretical studies on the interpretation of these definitions by foreign and domestic scientists. The authors also noted that there are no system documents in Ukraine that would regulate such a category as the creative economy.

The creative economy is considered as a systemic phenomenon, the peculiarities of its functioning from the point of view of the systemic approach are given. The main problems of functioning and development of the creative sector of the economy are outlined.

The international experience of state support of creative industries is analyzed and the prospects of their application in Ukraine in the conditions of military aggression are highlighted. It is also stated that creative sectors that are able to contribute to innovation, modernization and creation of high added value, with the potential for the development of small and medium-sized businesses, should be of primary importance in the reconstruction of the Ukrainian economy. And as a result, creative sectors will be in high demand in global markets.

Key words: *creative economy, creative industry, innovativeness, creativity, Global Innovation Index, gross added value.*