

**Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г.Шевченка
Факультет дошкільної, початкової освіти и мистецтв
Кафедра мистецьких дисциплін**

Кваліфікаційна робота

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В
УКРАЇНІ**

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Спеціальність 028 Менеджмент соціокультурної діяльності

Освітній ступінь: магістр

Кваліфікація: магістр з менеджменту соціокультурної діяльності

Виконав: магістрантка спеціальності
Менеджмент соціокультурної діяльності
67 гр. Долга Катерина Володимирівна

Науковий керівник: д.е.н., професор
Ладонько Людмила Степанівна

Рецензент:

Чернігів - 2024

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Факультет дошкільної, початкової освіти і мистецтв
Кафедра мистецьких дисциплін
Спеціальність 028 Менеджмент соціокультурної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри
д.п.н., професор Тамара СКОРИК
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)
«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ
Долгій Катерині Володимирівні
(прізвище ім'я, по батькові)

Тема роботи: «Перспективи розвитку креативних індустрій в Україні»

Затверджена: протокол № 4 від «31» жовтня 2023 р.
на засіданні кафедри мистецьких дисциплін

Термін подання завершеної роботи на кафедру «05» січня 2024 р.

Дата захисту кваліфікаційної роботи «10» січня 2024 р.

Кваліфікаційна робота допущена до захисту рішенням кафедри мистецьких дисциплін Протокол № 7 від 19 грудня 2023 р.

Рекомендовано до захисту _____
підпис ПІБ наукового керівника

Результати захисту _____
оцінка дата захисту

Голова ЕК _____
підпис ПІБ голови ЕК

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

| <i>№</i> | <i>Етапи та зміст виконання роботи</i> | <i>дата</i> | <i>примітка</i> |
|----------|---|-------------|-----------------|
| 1. | Вибір теми і призначення наукового керівника магістерської роботи | 30.09.22 | Вик. |
| 2. | Затвердження теми магістерської роботи | 29.11.22 | Вик. |
| 3. | Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання магістерської роботи, затвердження його керівником | 07.12.22 | Вик. |
| 4. | Збір та узагальнення зібраного матеріалу за темою дослідження | 20.12.22 | Вик. |
| 5. | Підготовка першого розділу чорнового варіанту роботи і подання на прочитання науковим керівником. Підготовка статті та тез. | 28.12.22 | Вик. |
| 6. | Доопрацювання тексту роботи з урахуванням зауважень наукового керівника, подання її на друге читання | 25.01.23 | Вик. |
| 7. | Підготовка другого розділу чорнового варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником | 05.03.23 | Вик. |
| 8. | Доопрацювання тексту роботи з урахуванням зауважень наукового керівника, подання її на друге читання | 15.05.23 | Вик. |
| 9. | Підготовка третього розділу чорнового варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником | 15.06.23 | Вик. |
| 10 | Доопрацювання тексту роботи з урахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час переддипломної практики, подання її на друге читання | 15.11.23 | Вик. |
| 11 | Подання магістерської роботи для реєстрації на кафедрі, рецензування та підготовка відгуку науковим керівником | 10.12.23 | Вик. |
| 10 | Попередній захист магістерської роботи на засіданні кафедри, підготовка до захисту на засіданні екзаменаційної комісії | 15.12.23 | Вик. |
| 11 | Публічний захист виконаної кваліфікаційної роботи | 10.01.24 | Вик. |

Науковий керівник: _____
(Підпис)

Ладонько Л.С.
(Ім'я, прізвище)

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 5 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ..... | 8 |
| 1.1. Місце креативних індустрій у соціокультурному розвитку країни.. | 8 |
| 1.2. Головні тренди, інструменти та фактори розвитку креативних індустрій у світі..... | 14 |
| Висновки до розділу 1..... | 19 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ | 21 |
| 2.1. Дослідження розвитку креативні індустрії в ЄС..... | 21 |
| 2.2. Аналіз сучасного стану розвитку креативних індустрій України...26 | 26 |
| Висновки до розділу 2..... | 37 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПРИСКОРЕННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ | 39 |
| 3.1. Сучасні технології фінансування розвитку креативних індустрій в Україні..... | 39 |
| 3.2. Рекомендації щодо удосконалення механізмів та інструментарію розвитку креативних індустрій в Україні з урахуванням кращих світових практик..... | 43 |
| Висновки до розділу 3..... | 46 |
| ВИСНОВКИ..... | 52 |
| ДОДАТКИ..... | 57 |

ВСТУП

Актуальність теми. Початок ХХІ століття відзначився тим, що поняття креативності почало поширюватись на значну частину сфер діяльності. За останні 5 років креативні індустрії та креативна економіка стали частиною національних стратегій різних держав.

Визнання важливості на законодавчому рівні, державні ініціативи підтримки та проактивне ставлення до розбудови креативних секторів з боку влади зробило внесок у добробут багатьох країн світу.

Зростання ВВП, більша зайнятість населення, розвиток депресивних регіонів – все це є результатами ефективної взаємодії державного та креативного секторів, що підтверджує перспективи адаптації такої політики в Україні. В Україні сьогодні існує потреба законодавчого регулювання процесу становлення креативних індустрій, а також активної інституційної підтримки для чого необхідне проведення досліджень світових практик та ключових тенденцій з представленої сфери, що послугує інструментом у розробці рекомендацій для подальших кроків в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз наукових робіт і публікацій показує зацікавленість у проблематиці креативних індустрій таких закордонних вчених: Р. Флорида, Ч. Лендрі, Е. Прагт, Дж. Гоукінс, І. Вахович, Й. Клоудова та ін. Так, Р. Флорида та Дж. Гоукінс стали одними з перших, хто досліджував питання креативної економіки. У роботах Р. Флориди вперше з'являється поняття «креативний клас». Дж. Гоукінс виділив п'ятнадцять напрямів креативних індустрій та пояснив економічну перевагу для держави від розвитку креативних індустрій. У роботах Ч. Лендрі висвітлення концепції креативних міст, де пояснюються її особливості з економічної та соціокультурної сторін. Наукові представники ООН та ЮНКТАД майже десять років поспіль займаються дослідженням креативних індустрій в межах державної політики на різних континентах світу, що допомагає відслідковувати глобальні тенденції розвитку сфери.

Наукове становлення креативних індустрій є досить новим для України, проте вже існують певні наукові здобутки. І. Вахович та Й. Клоудова досліджували розвиток креативної економіки в аспекті регіонального розвитку. Розробками рекомендацій займалися А. Жовтанецький, О. Чуль, Л. Федулова та ін. В Україні також ініціюються робочі групи науковців за підтримки різних міністерств задля розробки дорожніх карт та рекомендацій побудови стратегій щодо розвитку креативних індустрій в державі. Проте існує ціла низка перспективних напрямів досліджень з представленої теми, що є актуальним не тільки для України, а й у глобальному плані.

Наразі Україна ще перебуває на початкових етапах розвитку креативної економіки, культурних і креативних індустрій (ККІ), тому актуальність теми дослідження є актуальною і обумовлена необхідністю оцінювання потенціалу розвитку креативних індустрій в Україні та їх перспектив в умовах післявоєнної відбудови та євроінтеграційних процесів нашої країни.

Метою магістерської роботи є дослідження сучасного стану креативних індустрій в Україні і світі та надання практичних рекомендацій щодо їх подальшого розвитку з урахуванням кращих світових практик.

Для досягнення визначеної мети було передбачено постановку та виконання комплексу таких **завдань**:

- розкрити сутність і зміст понять креативні індустрії, культурні індустрії, креативна економіка;
- визначити місце креативних індустрій у соціокультурному розвитку країни;
- виділити головні тренди, інструменти та фактори розвитку креативних індустрій у світі;
- здійснити аналітичні дослідження складових потенціалу сектора креативних індустрій України;
- розробити рекомендації щодо удосконалення механізмів та інструментарію розвитку креативних індустрій в Україні з урахуванням кращих світових практик.

Об'єктом дослідження є процес функціонування та розвитку креативних індустрій в Україні.

Предметом дослідження є визначення інструментів, методів та механізмів розвитку креативних індустрій в Україні в контексті євроінтеграційних процесів.

Методи дослідження. Предмет і мета зумовили використання таких методичних надбань вітчизняної і світової науки управління: факторний, структурно-функціональний аналіз, інституційний та системний підходи (для поглиблення аналізу сутності та структури креативних індустрій); метод аналізу і синтезу (з метою вивчення позитивного світового і європейського досвіду розвитку та підтримки КІ) та інші загальнонаукові методи. Комплексне використання цих методів дозволяє отримати глибокі та об'єктивні результати дослідження.

Наукова новизна та практичне значення одержаних результатів. Науковою новизною дослідження є обґрунтування доцільності зростання економіки України через розвиток креативних індустрій, а також можливість прискорення процесу євроінтеграції України.

Результати роботи опубліковано у матеріалах конференції:

1. Долга К. Роль закладів культури у формуванні сімейних цінностей. Програма онлайн-конференції з начальниками відділів управління культури і туризму районних державних адміністрацій, керівниками відділів культури об'єднаних територіальних громад, директорами клубних закладів. Організатор: КЗ «Обласний центр народної творчості» 03.11.2023 р.

Обсяг і структуру роботи. Магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатку. Загальний обсяг основної частини випускної кваліфікаційної роботи складає 57 сторінок. Список використаних джерел налічує 50 джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

1.1. Місце креативних індустрій у соціокультурному розвитку країни

Креативні індустрії та креативне суспільство створюють креативні галузі (індустрії) – це засоби масової інформації, кінематографія, музика, розважальне програмне забезпечення для ігрових автоматів, комп'ютерні ігри, нові медіа, а також інші галузі культури, які зараз створюють і в США, і в ЄС значну частку валового продукту.

Деякі англомовні автори називають цей феномен «культурні індустрії» або загалом – «креативна економіка».

На сьогодні доцільно виділити два напрями сучасного розвитку нового формату економіки, які, з одного боку, класифікують як «креативна економіка», з іншого, як «творчі індустрії». Попри те, що історично вони народилися у Великобританії, дуже часто їхні якісні оцінки або перетинаються, або зливаються воедино, або розглядаються як протилежні поняття.

Проте, попри протиріччя, вони мають єдину платформу у вигляді інтелектуально-креативних здібностей всіх учасників економічних відносин. Різниця полягає в тому, що в разі використання цих ресурсів у вирішенні матеріально-економічних проблем, це явище раціональніше називати «креативною економікою». Тоді як при вирішенні соціально-економічних завдань – «творчими, культурними індустріями». Такий розподіл зон відповідальності є важливим. Причому жодна з них не може переважати над іншою, оскільки, віддаючи пріоритет розвитку однієї з них, відразу має місце перекис і соціального, і економічного суспільного розвитку [1].

Зазначену думку автори обґрунтовують таким тлумаченням: «Творчі (креативні) індустрії здатні вносити свій вклад в економічну діяльність класичних гігантів культури, але все-таки основну увагу вони приділяють культурі сучасності, тому без залученості в сучасну дійсність жодна культура не може зберігати життєві сили і оновлюватися. До їх числа відносяться як нові високотехнологічні галузі, так і традиційні галузі культури: дизайн, кінематограф, відео, музика, видавнича діяльність, образотворче мистецтво, народна творчість, ЗМІ, організація відпочинку, відеоігри, мультимедіа і тому подібне» [1, 2].

Наукові словники тлумачать, що індустрія – (лат. *industria*, от *industrius* – досить діяльний) промисловість. Поняттям «креативні індустрії» як складовою промисловості оперує й Р. Кейвз у роботі з питань базового аналізу мікроекономіки креативних індустрій. Хоча його трактування, започатковане на індустріальній класифікації, проте саме розгляд креативних індустрій за продуктом і галуззю є зараз найпоширенішим. Ретроспектива ж доводить, що поєднання понять «культура» та «індустрія» відбулося в той момент, коли з'явилися нові технічні засоби, що дозволили тиражувати витвори мистецтва, – фотографія, репродукція, звукозапис тощо. З одного боку, індустрія зробила твір доступним широкій спільноті суспільству, з іншого, – обернула його в предмет масового вжитку і комерційної експлуатації.

Використовуючи термін «культурні індустрії», дослідники визначали промисловий спосіб комерціалізації розваг (мовлення, кіно, видавничу справу, музику), який відрізняв їх від дотаційного мистецтва у його класичному розумінні (візуальне та виконавське мистецтво, діяльність музеїв і галерей). Таким чином поняття «культурні індустрії» певною мірою було відокремлено від творчості як такої. Вони різко критикували процес масовизації культурної продукції і послуг в післявоєнній Америці і Європі.

Відмінності культурних та креативних індустрій пояснює Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) [3]:

– до культурних індустрій відносяться ті галузі, в яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, наприклад, кінематограф;

– креативні індустрії представляють ширший спектр творчої діяльності, в якому культурні індустрії є складовим елементом.

Отже, ЮНЕСКО визначив креативні індустрії як індустрії, метою яких є «створення, виробництво і комерціалізація творчих (креативних) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть набувати форму продукту чи послуги» [4]. Слід звернути увагу, що термін «креативні індустрії» не випадково вживається в множині. Це не єдина галузь, і, попри те, що це поняття є в лексиконі вже близько 20 років, суперечки щодо змістовної частини і єдиного розуміння креативних індустрій продовжуються й до цього часу.

Так, наприклад, Британський департамент культури, медіа та спорту визначив креативні індустрії як: «такі індустрії, які походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту, і які мають потенціал до багатства і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності» [5 с.25]. Класифікація креативних галузей за даними Міністерства по Культурі, Інформації та Спорту Сполученого Королівства представлена на рис. 1.1.

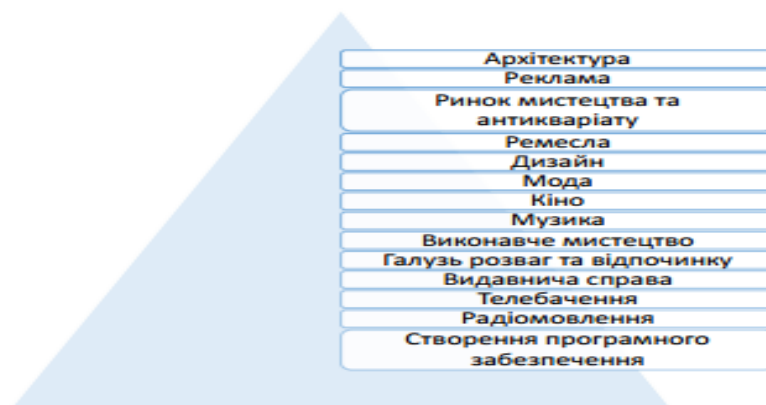


Рис.1.1. Класифікація креативних галузей Міністерства по Культурі, Інформації та Спорту Сполученого Королівства

Креативну індустрію сьогодні утворюють сектори креативних індустрій, які варіюють від традиційної культурної спадщини, мистецтва та ремесел, до більш сучасних технологічних послуг, таких як аудіовізуальні та нові медіа, ІТ.

Базуючись на розбіжностях в розумінні терміну «креативні індустрії» сформувалися й різні системи класифікації індустрій, які країни відносять до креативних.

Перш ніж перейти до більш детального аналізу класифікацій, необхідно визначити креативні індустрії. Отже, креативні індустрії [5 с.43]:

- це види економічної діяльності з виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують творчість та інтелектуальний капітал як основні фактори виробництва;
- представляють набір діяльності, заснованої на знаннях, спрямованої на потенційний дохід від торгівлі та реалізації прав інтелектуальної власності;
- створювати матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні чи художні послуги з творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями;
- знаходяться на перетині ремесел, послуг і промисловості;
- є новим динамічним сектором світової торгівлі.

Визначення галузей, що належать до креативних індустрій, відрізняється від країни до країни. Паралельно з моделлю, розробленою та запропонованою ЮНЕСКО, країни вводять свої терміни та їх зміст, адаптовані до їхніх економік, конкурентних переваг та можливостей. Кілька таких моделей із переліком галузей наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Порівняння класифікації культурних і креативних індустрій у країнах світу

| Тип | ЮНЕСКО | Сполучане Королівство | Канада | Данія | Литва | Тайвань | Австралія |
|--------------------------|--------|-----------------------|--------|-------|-------|---------|-----------|
| Музика | + | + | + | + | + | + | |
| Перформативне мистецтво | + | + | + | | + | + | + |
| Візуальне мистецтво | + | + | + | + | + | + | |
| Ремесла | + | + | + | + | + | + | |
| Дизайн | + | + | + | + | + | + | + |
| Мода | | + | | | | | |
| Книговидання | + | + | + | + | + | + | + |
| ТБ і радіо | | + | + | + | + | + | + |
| Фільм, відео | + | + | + | + | + | + | + |
| Реклама | + | + | + | + | + | + | |
| Архітектура | + | + | | + | + | + | |
| Культурні заклади | | | | + | | + | + |
| Програмне забезпечення | + | + | + | | | + | + |
| Комп'ютерні та відеоігри | | + | | | | + | + |
| Творчий спосіб життя | | | | | + | + | |

Джерело: складено автором на основі [1-5, 10]

В Україні термін «креативні індустрії» не лише активно увійшов у загальний обіг, а й отримав законодавче закріплення та класифікаційне розмежування. Довгий час у вітчизняній літературі терміни «креатив», «культурні» та «креативні» індустрії вживалися як синоніми, однак зазначимо, що в останні роки дослідники у своїх працях виділяють індустрії культури в окремий сектор креативної галузі.

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, а їх продукти та послуги є результатом індивідуальної творчості [6].

У 2016 році Міністерство культури України створило відділ розвитку культурних та креативних індустрій, а з 2017 року – сектор розвитку креативних індустрій. Пріоритетним напрямом «Довгострокової національної стратегії розвитку культури на період до 2025 року» визнано розвиток культурно-креативних індустрій (ККІ).

Для продовження розвитку галузі ККІ у 2019 році Кабінет Міністрів (розпорядження № 265-р від 24 квітня 2019 року) затвердив перелік видів економічної діяльності, що належать до креативних індустрій, із переліком відповідних Типових галузевих класифікаторів видів економічної діяльності. Зокрема, до креативних індустрій належать народні декоративно-прикладне мистецтво, образотворче мистецтво, сценічне мистецтво, література, медійна діяльність, аудіовізуальне мистецтво, дизайн, мода, архітектура та містобудування, реклама, музейна справа. Повний перелік видів економічної діяльності та кодами видів економічної діяльності за Національним класифікатором України ДК 009:2010 наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Види економічної діяльності, що входять до креативних індустрій України

| Код | Назва виду економічної діяльності | Код | Назва виду економічної діяльності |
|-------|--|-------|--|
| 32.12 | Виробництво ювелірних виробів | 62.02 | Консультавання з питань інформатизації |
| 32.13 | Виробництво ювелірних та аналогічних виробів | 63.91 | Діяльність інформаційних агентств |
| 32.20 | Виробництво музичних інструментів | 70.21 | Діяльність у сфері зв'язків з громадськістю |
| 58.11 | Видання книг | 71.11 | Діяльність у сфері архітектури |
| 58.13 | Газетний друк | 72.20 | Дослідження та розробки в суспільних і гуманітарних науках |
| 58.14 | Видання журналів і періодичних видань | 73.11 | Рекламні агенства |
| 58.19 | Інша видавнича діяльність | 73.12 | Рекламне посередництво в засобах масової інформації |
| 58.21 | Видання комп'ютерних ігор | 74.10 | Спеціалізація діяльності з дизайну |
| 58.29 | Видання іншого програмного | 74.20 | Діяльність у сфері |

| | | | |
|-------|--|-------|--|
| | забезпечення | | фотографії |
| 59.11 | Виробництво фільмів, відеофільмів і телевізійних програм | 74.30 | Надання перекладацьких послуг |
| 59.12 | Збірка кіно- та відеофільмів, телепрограм | 85.52 | Культурна освіта |
| 59.13 | Розповсюдження фільмів, відеофільмів і телепрограм | 90.01 | Театрально-концертна діяльність |
| 59.14 | Демонстрація кінофільмів | 90.02 | Діяльність із супроводження театральних і концертних заходів |
| 59.20 | Видання звукозаписів | 90.03 | Індивідуальна творча діяльність |
| 60.10 | Діяльність у сфері радіомовлення | 90.04 | Функціонування театральних концертних залів |
| 60.20 | Діяльність у сфері телемовлення | 91.01 | Функціонування бібліотек та архівів |
| 62.01 | Комп'ютерне програмування | 91.02 | Функціональні музеї Інго |

Присвоєння Типової галузевої класифікації видів економічної діяльності шляхом застосування переліку видів економічної діяльності, що відносяться до креативних індустрій, дозволив нашій країні систематизувати та уніфікувати види діяльності у сфері креативності та встановити основні економічні показники: внесок у валовий внутрішній продукт держави; частка зайнятих у цих сферах; кількість підприємств та їх оборот.

1.2 Головні тренди, інструменти та фактори розвитку культурних і креативних індустрій у світі

Креативний сектор – це сукупність поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності).

Культурні та креативні індустрії – широкий спектр видів діяльності, яка заснована на культурних цінностях, художніх та інших творчих проявах, незалежно від того, чи є ця діяльність ринково орієнтованою і не залежно від прибуткового чи неприбуткового статусу її суб'єкта. Така діяльність включає розробку, створення, виробництво, поширення та зберігання товарів і послуг,

які втілюють культурні, мистецькі та інші творчі вираження, а також пов'язані з ними функції, такі як освіта або управління.

До основних характеристик ККІ можна віднести наступні [7,8]:

- перетворення творчих ідей на основну цінність креативної економіки;
- зростання самозайнятості і скорочення найманої праці;
- першість міст у розвитку креативних індустрій;
- поступове нівелювання меж між наукою і мистецтвом, креативністю та інноваціями;
- перетворення культури, креативності, етики, інтелекту та людського фактору на основне джерело розвитку креативних індустрій;
- розвиток швидкого та вільного доступу до Інтернету для забезпечення використання і обміну значними масивами інформації;
- наповнення дизайну та архітектури творчістю, зручністю, інноваційністю;
- акцентування уваги на на малому, а не на великому бізнесі;
- існування органічної культурної та етнічної різноманітності, яка дозволяє створювати нові унікальні ідеї та бачення світу.

Виникнення креативної економіки обумовлено об'єктивно діючими факторами, а саме:

- перетворення результатів науки на безпосередню виробничу силу, джерело технологічних змін;
- зміни в матеріально-технічній базі усіх сфер економіки;
 - глибокі перетворення усіх компонентів і чинників виробництва: засобів і предметів праці, джерел енергії, технології та організації виробництва, комунікацій і зв'язку, управління;
- підвищення ролі культури, розуміння суті міського розвитку в культурній та економічній різноманітності;

- інтеграція виробництва (передусім, пов'язаного з цифровою революцією) і соціуму (соціальних мереж), внаслідок чого з'явився новий канал масового збуту креативної продукції - інноваційний інструмент розширення сфери виходу на масового споживача.

Серед глобальних трендів розвитку креативної економіки можна виділити [23-25]:

1. Зростання частки креативних послуг в креативній продукції: за прогнозами сектор креативних послуг буде зростати значно швидше, ніж сектор креативних товарів. Це узгоджується із глобальним зрушенням у напрямі розвитку сфери послуг, та незначним зменшенням питомої ваги промислового та сільськогосподарського виробництв. Креативні послуги складно оцінити, але чітко зрозуміло, що їх перелік та глибина розширюються разом із розвитком цифрової економіки.

Крім того, вони виявляють стійкість до економічного тиску в часи невизначеності та є вагомим потенціалом до розвитку – особливо в країнах, що розвиваються (зокрема, у сфері електронної комерції).

2. Формування нових тенденцій на ринку праці: наразі технологічні інновації, автоматизація, штучний інтелект поєднуються для створення змін, спрямованих на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності креативного сектору економіки. Працівники сфери креативних індустрій десятиліттями працюють у нестабільних секторах економіки. Попри це, креативні індустрії швидко розвиваються, зростає кількість нових робочих місць та нових професій. У Звіті ЮНКТАД щодо інформаційної економіки описано потенціал «хмарної роботи». Цифрові платформи праці можуть запропонувати вирішення таких проблем як: неформальна зайнятість, безробіття молоді та недостатня реалізація навиків. Такі платформи розширюють можливості для веб-дизайнерів, програмістів, оптимізаторів пошукових систем, дизайнерів, перекладачів, маркетологів, бухгалтерів та тисячі інших професіоналів для забезпечення продажу своїх послуг.

На ринках праці майбутнього м'які, когнітивні, адаптивні та творчі навички (значна частина яких набувається завдяки мистецтву та креативної освіти) стануть критично важливими у сфері індустрій креативної економіки.

3. Постійний доступ до контенту (доступ до інформації в режимі онлайн) збільшить потенціал продажу креативної продукції: в цифровому світі люди одночасно можуть переглядати контент, коментувати в соціальних мережах, здійснювати покупки. Вони стають миттєвими споживачами креативної продукції.

Ця тенденція матиме вагомий вплив на маркетинг та рекламу, індустрію кіно, телебачення, дизайн та моду.

4. Посилення впливу цифровізації та технологій призведе до появи нових сфер індустрій креативної економіки та способів її просування: креативні сфери економіки переплітаються з цифровим світом, що надає їм візуальне життя. Під вплив підпадуть фактично всі компанії креативних індустрій: від кіноіндустрії, медіа, реклами, ЗМІ, розваг до оптового та роздрібного продажу креативної продукції в інтернеті. Прогнозується, що витрати на штучний інтелект становитимуть у 2025 році \$30 млрд⁷⁹ (у 2015 році, наприклад, вони становили \$300-350 млн) [26,27].

5. Створення належного захисту цифрових прав людини. Цифрові права людини охоплюють широкий спектр прав і свобод людини: доступ до інформації, приватність, захист персональних даних, свобода вираження поглядів, свобода творчості, рівність та недискримінація. Креативні індустрії у поєднанні з цифровізацією можуть створити нові способи захисту прав людини. Технології можуть також краще мобілізувати людей, які прагнуть захистити свої права через соціальні мережі чи платформи

Наразі у розвинених країнах переважає політика сприяння розвитку сфери ККІ, яка передбачає:

1. Національна політика підтримки сприяння розвитку сфери культури та креативних галузей

2. Політика сприяння розвитку сфери ККІ розглядається в тісному зв'язку з політикою розвитку МСП та інноваційною політикою.

3. Зростання ролі регіонів та міст у розвитку сфери культури та креативних галузей і, відповідно, важливості регіональної (місцевої) політики

4. Визнання важливості ефективної співпраці між владою (перш за все місцевою) та громадянським суспільством

5. Узгодження загальнонаціональної політики зі створення єдиного регуляторного поля з регіональною (місцевою) політикою, яка враховує місцеві чинники та особливості розвитку сфери ККІ на конкретній території та безпосередньо взаємодіє з економічними агентами.

Можливості для України у напрямку розвитку ККІ забезпечуються наступними тенденціями:

Динамічний розвиток стартапів та наявність висококваліфікованої робочої сили у галузі ІТ сприяють розвитку креативної економіки.

Надання Україні безвізового режиму з ЄС, що дозволяє вільне пересування та обмін знаннями.

Поточний процес децентралізації забезпечує можливості для розвитку нової соціально-культурної структури на місцевому рівні.

Все більшої популярності набуває рух «Зроблено в Україні», а уряд зосереджує увагу на підтримці «національного культурного продукту» та популяризації української мови.

Зростання ролі громадянського суспільства в активізації життя громад та сприяння залучення населення в галузі культури і креативності.

Висновки до розділу 1

1. Культурні та креативні індустрії – широкий спектр видів діяльності, яка заснована на культурних цінностях, художніх та інших творчих проявах, незалежно від того, чи є ця діяльність ринково орієнтованою і не залежно від прибуткового чи неприбуткового статусу її суб'єкта.

Останніми роками креативні індустрії були визнані основними джерелами створення робочих місць у розвинутих країнах і країнах, що розвиваються. Творчі галузі відіграють важливу роль у створенні нових робочих місць, інноваціях та економічному зростанні України, однак вони більш схильні до невдач, особливо в перші роки.

Серед факторів (стратегія, людські ресурси, маркетинг тощо), що впливають на розвиток креативних індустрій, людські ресурси є особливо важливими.

2. До основних характеристик ККІ можна віднести наступні [7,8]:

- перетворення творчих ідей на основну цінність креативної економіки;
- зростання самозайнятості і скорочення найманої праці;
- першість міст у розвитку креативних індустрій;
- поступове нівелювання меж між наукою і мистецтвом, креативністю та інноваціями;
- перетворення культури, креативності, етики, інтелекту та людського фактору на основне джерело розвитку креативних індустрій;
- розвиток швидкого та вільного доступу до Інтернету для забезпечення використання і обміну значними масивами інформації;
- наповнення дизайну та архітектури творчістю, зручністю, інноваційністю;
- акцентування уваги на на малому, а не на великому бізнесі;
- існування органічної культурної та етнічної різноманітності, яка дозволяє створювати нові унікальні ідеї та бачення світу.

3. Глобальними трендами розвитку креативної економіки у світі є:

1. Зростання частки креативних послуг в креативній продукції: за прогнозами сектор креативних послуг буде зростати значно швидше, ніж сектор креативних товарів.

2. Формування нових тенденцій на ринку праці: наразі технологічні інновації, автоматизація, штучний інтелект поєднуються для створення змін, спрямованих на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності креативного сектору економіки.

3. Постійний доступ до контенту (доступ до інформації в режимі онлайн) збільшить потенціал продажу креативної продукції: в цифровому світі люди одночасно можуть переглядати контент, коментувати в соціальних мережах, здійснювати покупки. Вони стають миттєвими споживачами креативної продукції.

4. Посилення впливу цифровізації та технологій призведе до появи нових сфер індустрій креативної економіки та способів її просування: креативні сфери економіки переплітаються з цифровим світом, що надає їм візуальне життя.

5. Створення належного захисту цифрових прав людини. Цифрові права людини охоплюють широкий спектр прав і свобод людини: доступ до інформації, приватність, захист персональних даних, свобода вираження поглядів, свобода творчості, рівність та недискримінація.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

2.1. Дослідження напрямів розвитку креативні індустрії в ЄС

За даними ООН, сьогодні креативні індустрії (КІ) відповідають за створення більш ніж 6% світового ВВП, в ЄС-27 на них припадає від 7 до 10% доданої вартості (залежно від включених індустрій), США – 11%, в інших країнах від 2% до 12%. При цьому внесок креативних індустрій в економіки країн зростає з кожним роком. Наприклад, у США частка КІ у ВВП вже є співставною із переробною промисловістю (11,5% ВВП).

Архітектура, дизайн, кіновиробництво, анімація, відео, фото, ремесла, видавнича справа, музика, реклама, ТВ, радіо, виконавче, образотворче мистецтво, бібліотеки, музеї, розробка ігор і додатків, мода, кулінарія, культурний туризм, відповідна освіта – це сфери креативних індустрій. В цілому, це види діяльності із високою доданою вартістю, які базуються на широкому використанні знань, технологій, творчості, інтелекту, інновацій, створення унікальних продуктів і відповідно застосування авторського права.

Культурні та креативні індустрії (ККІ) визнаються ЄС та інтегруються в його політичні документи та програми протягом більше десяти років.

Креативна економіка – ширший сектор, який виходить за рамки традиційних мистецьких та культурних галузей та включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей – має потенціал, який визнається іншими міжнародними організаціями, такими як Рада Європи, різні організації системи ООН (ЮНЕСКО – спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури; ЮНКТАД – Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку; ПРООН – Програма розвитку ООН.), а також національними, регіональними та місцевими органами влади та установами у всьому світі.

До цього спроможність сектора формувати неринкові цінності довго розглядалася з точки зору символічних, нематеріальних та освітніх аспектів.

Останнім часом зростає розуміння того, що цей сектор може безпосередньо чи опосередковано впливати на економіку, покращуючи її показники та створюючи робочі місця, стимулюючи інновації та сприяючи соціальному та сталому розвитку.

Дослідження та дані, зібрані в усьому світі, підтверджують це припущення [10-14]. Згідно з показниками за 2019 рік, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро – приблизно 4,4% від загального європейського ВВП. Ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць в еквіваленті повної зайнятості або 3,8% від загальної кількості робочих місць у Європі.

Статистика також показує, що у більшості ККІ частка молодих працівників вища, ніж у решті частини економіки, і цей сектор виявився дуже стійким порівняно з іншими під час економічної та фінансової кризи 2008 року в Європі. Глобальні економічні дані на 2019 рік показують, що Європа є лідером у цьому секторі та стає каталізатором розвитку. На ККІ припадає 3% світового ВВП (2 250 млрд. дол. США доходів); вони забезпечують 29,5 млн. робочих місць у всьому світі.

Незважаючи на зростаюче визнання, розвиток ККІ сповільнюється через те, що вони охоплюють різні сфери регулювання, зокрема культуру, освіту, економічний та міський / регіональний розвиток. В останні роки дебати про роль ККІ в ЄС зосереджувались на таких ключових питаннях:

– ***Включення ККІ у стратегічну програму ЄС, спрямовану на розвиток цілісної екосистеми Європи.*** ККІ в основному залишалися відсутніми та неохопленими у стратегії ЄС-2020. На вищому рівні деякі інституції ЄС визнають роль культури у досягненні Цілей сталого розвитку (Sustainable Development Goals) та вживають зусилля щодо розгляду культури як одного з ключових факторів для реалізації Порядку денного для

сталого розвитку на період до 2030 року (2030 Agenda for Sustainable Development). ЄС потрібно зробити подальші кроки у визнанні ККІ та інвестувати у них, а також виявити їхній потенціал для сприяння економічному розвитку та рівню зайнятості, потенціал виступати каталізатором інновацій і стати ключовим елементом глобальної конкуренції та «м'якої сили».

Інновації, підприємництво та ККІ були офіційно визначені як взаємопов'язані теми в програмах ЄС, таких як програма з досліджень та інновацій «Горизонт 2020», програма COSME для малих та середніх підприємств (включаючи «Еразмус для молодих підприємців»), Start-up Europe, «Еразмус +», «INTERREG — територіальне співробітництво» та фондах, спрямованих на зміцнення економічної та соціальної згуртованості ЄС.

– ***Інтеграція конкурентної переваги ККІ з регіональними стратегіями «розумної спеціалізації» для регіонального та соціально-економічного розвитку та інновацій.*** ККІ мають здатність взаємодіяти з іншими видами діяльності, що часто призводить до агломерації та кластеризації і сприяє високій частці доданої вартості на місцевому рівні. Кілька регіонів ЄС спрямовують свої структурні та сукупні фонди на ККІ, особливо для планування активів, мобілізації ресурсів, організації стратегічних партнерств та кластерів та вдосконалення інфраструктури та послуг.

– ***Визнання стратегічної значимості ККІ для політик з містобудування, зокрема через ініціативу «Культурні столиці Європи» (КСЄ).*** Міста завжди були місцями, де митці та інші люди творчих професій знаходять себе та досягають успіху. Нові креативні хаби, платформи, де професіонали можуть творити, зустрічатися, співпрацювати та демонструвати свої роботи, стають каталізаторами відродження міст, надаючи нові функції покинутим промисловим районам або незайнятим будівлям, а з ними приходять і супутні служби та підприємства. КСЄ, давня

провідна ініціатива ЄС, перетворилася з міжнародної художньої та культурної програми на більш структурну ініціативу, яка заохочує міста включати культурний розвиток та ККІ до їхніх стратегій розвитку. КСЄ поєднують європейську співпрацю та культуру із зацікавленими сторонами у сфері інновацій, туризму та містобудування.

–Включення ККІ до інноваційних та науково-дослідних програм.

Потенціал ККІ для сприяння інноваційним процесам визнається та підтримується ще не повною мірою. З 2010 року Інноваційний Союз (провідна ініціатива «ЄС-2020») [15] підкреслив, що на інновації все більше впливають нетехнологічні фактори, такі як креативність, дизайн, брендинг та нові організаційні процеси. В ініціативі також зазначено важливість інноваційних процесів, що спрямовуються користувачем, а також ролі ККІ у встановленні змістовних відносин та зв'язків із аудиторією та громадянами.

– Стимулювання супутніх ефектів та впливу на інші галузі промисловості та суспільства. ККІ займають стратегічну позицію, що дозволяє їм мати супутній ефект на інші сектори та галузі, оскільки вони пов'язані як з мистецтвом, так і з наукою та технологіями. Навички у галузі культури та креативності можуть бути цінними для інших професійних областей: ККІ можуть забезпечувати контент для ІТ, впливати на розвиток туризму та інтегруватися у кілька ланцюжків створення цінності, зокрема, пов'язаних з виробництвом та високотехнологічними галузями. Цей потенціал також є ресурсом для соціальних інновацій, охорони здоров'я та вирішення соціальних завдань, зокрема, проблем екології.

Для полегшення цього міжгалузевого розвитку, а також заохочення кластерів, де можуть співпрацювати різні зацікавлені сторони, необхідно руйнувати бар'єри та сприяти співпраці між різними галузями політики.

— Підвищення потенціалу для реалізації нових можливостей, які цифрові технології вносять у ланцюжки створення цінності ККІ.

Швидкий розвиток цифрових технологій робить Інтернет основним ринком, що все більше ускладнює ланцюжки створення цінності у креативних

галузях. Це означає, що ККІ повинні постійно опановувати нові навички та адаптувати свої схеми отримання вигоди. ІТ також відкривають для ККІ нові можливості, пов'язані з бізнес-моделями та більш прямими формами взаємодії з аудиторією на основі спільного творення та подальшого залучення користувачів. ЄС здійснює моніторинг цифрових змін у креативних ланцюжках створення цінності задля вирішення можливих проблем, пов'язаних з дисбалансом ринку, а також нарощення потенціалу та сприяння розмаїттю контенту та способів самовираження.

– ***Покращення доступу до фінансування, зокрема, за рахунок нового гарантійного фонду ЄС.*** Недостатній доступ до різноманітних джерел фінансування є найбільшою перешкодою для ККІ. Програмою «Креативна Європа» (2014-20 рр.) передбачено виділення 121 млн. євро для фінансового механізму страхування фінансових посередників (наприклад, банків), які надають позики для ініціатив ККІ. Для фінансових посередників також будуть організовані навчальні програми для кращого розуміння потреб проектів ККІ.

– ***Сприяння розвитку міжнародних мереж та альянсів з креативними хабами та підприємцями*** — Європейська мережа креативних хабів та платформа Creative Tracks . Європейська Комісія підтримує два пілотних проекти, спрямовані на створення Європейської мережі креативних хабів та міжнародної платформи молодих креативних підприємців Creative Tracks. Ці пілотні проекти створюють спільноти, програми підготовки між спеціалістами одного рівня, координаційні платформи та конкурси, поширюючи інформацію та просуваючи зустрічі, а також пропонують загальний майданчик для структур підтримки по всьому світу, щоб ділитися досвідом та навчатися один від одного.

– ***Якісне та кількісне розуміння впливу ККІ — Cultural and Creative Cities Monitor.*** Європейська Комісія спільно з Євростатом (бюро статистики ЄС) та її державами-членами, а також міжнародними організаціями, такими як ЮНЕСКО та ОЕСР, працюють над удосконаленням та гармонізацією

міжнародного збору даних та аналізу внеску ККІ в економіку і суспільство в цілому. Зростає потреба у подальшому інвестуванні у нові методи оцінки якісних результатів діяльності ККІ.

2.2. Аналіз сучасного стану розвитку креативних індустрій України

В Україні до повномасштабного вторгнення росії цей сектор оцінювався у 4 % ВВП у вузькому розумінні, а вся креативна економіка у 7,5% ВВП. Кількість зайнятих у даних сферах становила 0,35 млн. осіб, і, до речі, це був один з небагатьох секторів економіки, в якому кількість робочих місць за останні роки збільшувалась [16, 18].

Водночас, розвиток КІ характеризувався значними диспропорціями. Найбільшу частину у прирості доданої вартості та зайнятості забезпечував аутсорсинг в ІТ-секторі (ігри, мобільні і комп'ютерні додатки, програми), тоді як інші види діяльності, мали не такі вражаючі результати.

Важливим фактом є те, що по креативній індустрії завдала серйозного удару не тільки повномасштабна війна, значна частина сектору зазнали серйозних обмежень і перепонів у роботі у звязку із пандемією COVID-19 та запровадженням карантину.

Додаткові проблеми, спричинені війною із якими зіткнувся сектор КІ наступні [18]:

- 37% працівників у сфері креативних індустрій втратили роботу, або не отримують зарплату під час війни.
- 39% креативних бізнесів відзначають зменшення/зникнення замовлень і продажів.
- У чверті креативних бізнесів падіння оборотів становить понад 90%.
- 20% представників креативних індустрій виїхали за кордон через війну.

Креативні індустрії України включають візуальне мистецтво, сценічне мистецтво, видавничу діяльність, дизайн, моду, ІТ, аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви та музеї, народні художні промисли.

Валова додана вартість КІ України зростає швидкими темпами. У 2018 році ВДВ креативних індустрій склала 97 млрд гривень (3,9% загальної доданої вартості, рисунок 2.1), а в 2019 році вона вже склала 117,2 млрд гривень (3,95% загальної доданої вартості) [17].

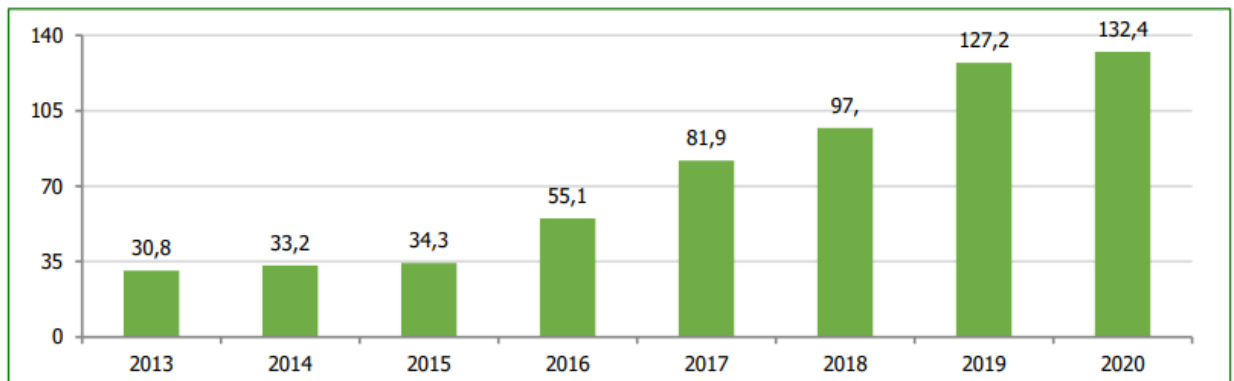
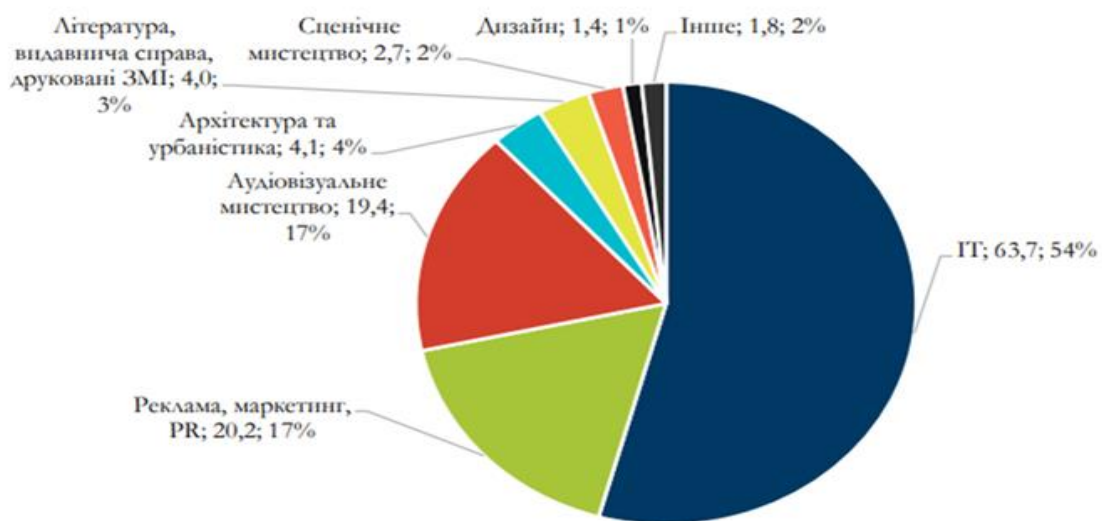


Рис 2.1. Показники доданої вартості креативних індустрій в Україні у 2013-2020 рр. млрд. грн.

Більшу частину доданої вартості КІ створює комп'ютерне програмування - майже 43% від загальної ВДВ КІ в 2020 році (рисунок 2.2), що і забезпечує їх стрімке зростання.



Джерело: Державна служба статистики України

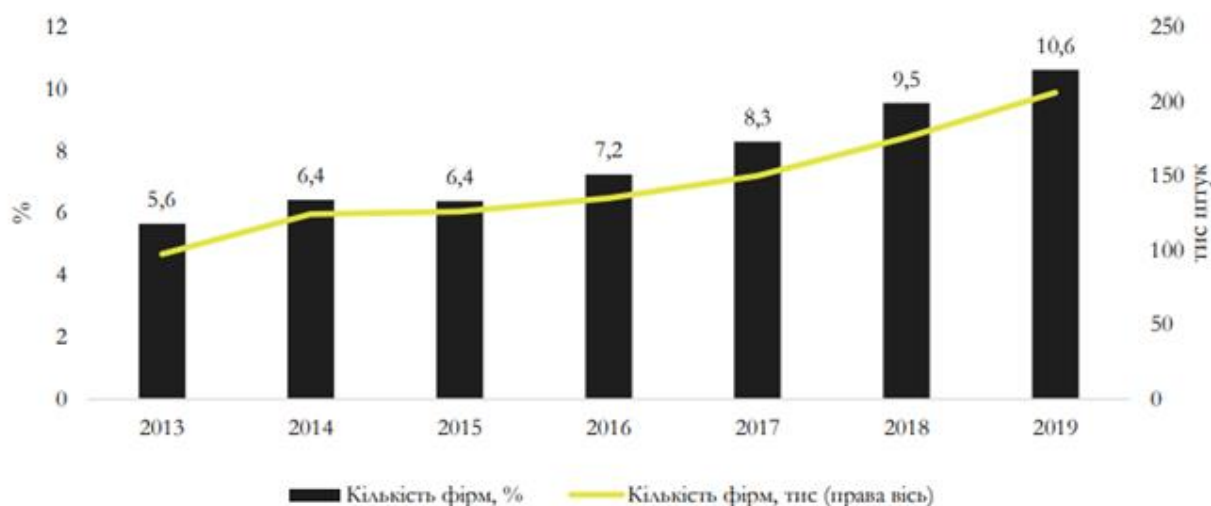
Рис. 2.2. Структура ВДВ креативних індустрій України в 2020 році, млрд. грн.

В 2019 році номінальна ВДВ комп'ютерного програмування виросла в 7,7 рази у порівнянні з докризовим 2013 роком, а враховуючи інфляція – майже в 3 рази. Крім комп'ютерного програмування, до ТОП-5 найбільших видів економічної діяльності КІ за ВДВ також відносяться Рекламні агентства (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 КІ на більш високому рівні, більша частина ВДВ КІ створюється діяльністю, пов'язаною з інформаційними технологіями (ІТ).

В 2019 року ІТ згенерували 63,7 млрд гривень ВДВ або 54,3% національної ВДВ КІ. 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. Швидкими темпами зростає і кількість фірм в сферах КІ.

На 2019 рік налічувалось 205,5 тисяч суб'єктів господарювання (СГ). Для порівняння, роком раніше в КІ діяло 175,2 тисячі СГ, а в 2013 році – 97 тисяч СГ (рисунок 2.3. Відповідно, кількість СГ, які створюються ВДВ у КІ зросла у 2019 році на 17,3% до попереднього року та більш ніж вдвічі до 2013 року. Інші види економічної діяльності КІ зростали повільніше і, як результат, частка компаній КІ зросла з 5,6% в 2013 році до 10,6% у 2019 .

Більша частина СГ КІ діє у сфері Комп'ютерного програмування – майже 59% від усіх бізнесів КІ в 2019 році. Кількість СГ 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.



Джерело: Державна служба статистика України

Рис. 2.3. Кількість суб'єктів господарювання у ККІ України [17].

Також зростає кількість зайнятих у креативних індустріях: так, частка зайнятих у КІ зросла з 2,5% у 2013 році до 3,6% у 2018 році. Кількісно різниця між зайнятими в КІ у 2013 та 2018 роках становить 51 187 осіб, і за цей період падіння відбулося лише у 2015 році (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Кількість та частка працівників, зайнятих у креативних індустріях в Україні у 2013-2020 рр.

| Індикатор | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Кількість зайнятих робітників в КІ (база), чол. | 252,259 | 265,100 | 248,512 | 262,617 | 283,293 | 309,446 | 352,811 | 360,455 |
| Частка працівників, зайнятих в КІ від загальної кількості працівників, % | 2.5 | 2.9 | 3.0 | 3.2 | 3.4 | 3.6 | 3.6 | 4.0 |

Різні сектори креативних індустрій демонструють зростання. Креативні індустрії є однією з найбільш вразливих сфер української економіки під час пандемії COVID-19. Це пов'язано з кількома причинами:

1. 90% промисловості всіх суб'єктів господарювання складають індивідуальні підприємці. Така організаційно-правова форма ускладнює залучення великих обсягів інвестицій. Наразі основними джерелами фінансування креативних індустрій є особисті кошти, державні та міжнародні гранти, субвенції (Український фонд культури, Український інститут книги, Держкіно, донори, краудфандинг). В умовах пандемії малим і мікропідприємствам дуже важко втриматися на плаву без додаткового грошового потоку. Але отримати кошти стало набагато складніше, тому що майже всі представники креативних індустрій потребують допомоги. Тому в нинішній конкуренції на українському ринку виживе лише той, хто зможе не лише перевтілитися в нові реалії, а й вразити своїми продуктами потенційних інвесторів;

2. В Україні все ще низькі стимули для легальної реєстрації творчих підприємств. Причини вбачаються у суттєвих бар'єрах для фінансування креативних індустрій (відсутність законодавства про спонсорство та меценатство, яке створювало б сприятливі умови для бізнесу, що підтримує культурні проекти); - бар'єри для міжнародної співпраці (недостатньо ефективного регулювання спільних міжнародних проектів у кіно та музичній індустрії, неузгоджене законодавство, непривабливі умови та механізми заохочення міжнародної співпраці); - недосконалий механізм контролю за виконанням законодавства;

3. Таким чином, сектор характеризується високим відсотком тіньового ринку – близько 60%. Через це представники цієї галузі не можуть претендувати на допомогу за державними програмами;

4. Діяльність багатьох творчих підприємств пов'язана з проведенням масових заходів, які необхідно планувати та організовувати заздалегідь. Низька доступність інфраструктури супроводжується проблемою карантинних обмежень, постійна зміна яких не дозволяє організаторам планувати заходи. Це призводить до додаткових збитків, оскільки скасування

або перенесення заходу коштує організаторам у середньому 30% його вартості.

За перші два тижні карантину (березень 2020) продажі в креативних індустріях впали на 50%; За перші півтора місяці карантину бюджет недоотримав 2,9-4,4 млрд грн податкових надходжень від сфери культури та креативних індустрій. Їх закриття призвело до скорочення 50 тис. робочих місць, що коштуватиме бюджету 0,4-1,2 млрд грн допомоги по безробіттю.

Згідно з опитуванням PPV Knowledge Networks «Про вплив COVID-19 на культурні та креативні індустрії в Україні» (проведене з 23.03.2020 по 30.03.2020), майже 40% підприємців втратили понад 75% їхні доходи. Станом на березень 2020 року 38% респондентів уже втратили більшу частину річного обороту. Ще 32% очікують втратити його через поширення коронавірусу. 67,5% відзначили падіння продажів. І лише близько 8% сказали, що карантин не вплинув на їх діяльність. 72% вважають СІ найбільш вразливими до наслідків COVID-19.

Під час війни креативні індустрії зазнали відтоку талантів, скорочення фінансування, зниження попиту на культурні продукти та послуги, негативних наслідків розірваних ланцюгів постачання.

Державні кошти, які в мирний час виділялися на культуру, в умовах воєнного стану спрямовані на підтримку Збройних Сил України. Водночас креативні індустрії мають шанс стати двигуном відновлення України після війни. Частина підприємців продовжує працювати, експортуючи креативний продукт і підтримуючи економіку держави. Креативні фахівці організували безліч волонтерських ініціатив, допомагають армії, мирному населенню на звільнених від окупації територіях, вимушеним переселенцям.

Серед учасників сфери креативної економіки, які успішно проводять свою діяльність в Україні, можна назвати [40-48]:

– IZONE – арт-простір, на території якого проводять різноманітні освітні події, виставки вітчизняних і міжнародних митців, фестивалі проекти. Окрім того, що IZONE самостійно організовує і координує події,

простір співпрацює з різними фестивалями; заробляє на оренді приміщень, кейтерінгу, коворкінгу та роботі невеликого кафе;

– PinchukArtCentre – міжнародний центр сучасного мистецтва та відкрита платформа як для митців, так і для відвідувачів.

PinchukArtCentre організовує виставки провідних міжнародних та вітчизняних художників і підтримує різні інші культурно-мистецькі ініціативи;

– Мистецький Арсенал – державна інституція, де проводять масштабні виставки українського мистецтва.

– Київський хаб Kyiv Smart City. Нові цифрові технології також можуть сприяти активній участі громадськості. Kyiv Smart City об'єднує підприємців, активістів та міські органи влади з метою розвитку міської інфраструктури на основі принципів відкритої інформації та прозорого управління. Ця організація впровадила бюджетування за участю громадськості у міській адміністрації.

– VUM-online – Цифрова платформа, націлена на поліпшення громадянських навичок. Вона пропонує короткі курси, що охоплюють соціальні підприємства, сторітелінг, критичне та творче мислення та стратегічне планування.

– Конгрес культурних активістів – Громадська організація, що об'єднує креативних, освічених та політично активних людей, які прагнуть посилити міжгалузеву співпрацю у глобальному масштабі, а також заохочувати активізм як спосіб створення змін і руху суспільства вперед.

Мета організації – активізувати діалог та співпрацю між регіонами України, інтегрувати культуру в національні стратегії соціального та економічного розвитку та зробити культуру пріоритетною сферою співпраці з іншими країнами. Основні види діяльності включають розвиток міських громад, мистецької мобільності, арт-резиденцій, творчих галузей та пропагування активної громадянської позиції.

– «Дивовижні» – Низова громадська організація, мета діяльності якої — активізація місцевих громад у рамках соціальної відповідальності. Через заходи, направлені на покращення умов життя у місті (наприклад, суботники, арт-інсталяції, ремонт та поліпшення громадських місць), а також освітні заходи, організація заохочує до конструктивної участі у житті міста та активної громадянської позиції.

– «Тепле місто» – Платформа для громадських активістів, задіяних у соціальному підприємстві та містобудівній діяльності, заснована в Івано-Франківську. Платформа народилася з відкриття ресторану «Міський простір 100» (більша частина прибутку спрямовуються на підтримку місцевих громадських проектів), а зараз до них звертаються громадські організації з усієї України для розробки аналогічних соціальних підприємств та місцевих ініціатив у інших містах країни.

Дослідження УКФ та МКІП

З метою збору та аналізу інформації про стан креативних індустрій під час війни задля подальшого формування плану відновлення культурної галузі й залучення партнерів і донорів для підтримки національних креативних індустрій Український культурний фонд спільно з Міністерством культури та інформаційної політики України (МКІП) в період з 01.06 по 13.06 провів анонімне онлайн-анкетування креативних підприємців і креативних фахівців – заявників УКФ 2020-2022 років [49].

Метод збору даних: анкетування онлайн.

Вибіркова сукупність: 638 респондентів (креативні підприємці і креативні фахівці – заявники, грантоотримувачі експерти УКФ та працівники МКІП).

Термін реалізації: збір даних проводився у період з 1.11.2022 по 18.11.2022 рік. Результати опитування наведені у додатку А.

За формою діяльності 47 % опитаних є або були до війни найманими працівниками, 27% склали роботодавці та власники бізнесу, а 22% –

самозайняті особи (Діаграма 7). Також серед респондентів зафіксовані військовослужбовці та волонтери (1%), державні службовці (1%) та керівники громадських організацій та спілок (1%).

Отже, загалом, половина респондентів – фахівці, узалежнені від тенденцій на ринку праці в галузі культури, ще чверть – вимушені розвивати власну справу в умовах нестабільної економічної та безпекової ситуації в Україні. Загалом на це питання дали відповіді 95% респондентів.

За організаційно-правовою формою власного місця роботи учасники опитування розділилися на: ФОПів – 25%; працівників державних організацій/державних підприємств – 23%; працівників комунальних закладів/комунальних підприємств – 21%; представників товариств з обмеженою відповідальністю – 13% та 9% – представників громадських об'єднань, спілок.

Абсолютна більшість опитаних є представниками малого- та мікробізнесу – 27% та 32% відповідно. Натомість 19% респондентів зазначили, що працюють тільки на себе. Найменший відсоток (7%) серед респондентів склали представники великого бізнесу. Відповідно, загрози, що постають перед представниками малого бізнесу є набагато впливовішими та значимими для галузі, ніж проблеми великого бізнесу.

Отже, за результатами опитування можна зробити низку важливих висновків, які дадуть змогу оптимізувати подальшу взаємодію Українського культурного фонду і Міністерства культури та інформаційної політики України з культурною спільнотою, зокрема – фахівцями галузі культурних та креативних індустрій.

Так, при опитуванні креативних фахівців, які на період опитування перебували в Україні було виявлено, що не дивлячись на великий відсоток фахівців, які залишилися на території України, умови праці на сьогодні не сприяють розвитку галузі і відповідно – зайнятості населення. Оскільки абсолютна більшість опитаних є найманими працівниками, їхня зайнятість та

безпосередньо дохід є прямо залежним від попиту на культурні послуги та продукт, вироблений ними.

Третина учасників опитування зазначила, що обсяги реалізації продукції та послуг за час війни знизилися більше ніж як на 90% у порівнянні з минулорічними показниками. Водночас абсолютна більшість підприємств та установ продовжують підтримувати економіку України та сплачувати податки у повному обсязі, при цьому зменшуючи навантаження та відправляючи працівників у відпустки без збереження заробітної плати. В умовах війни та стагнації економічної системи держави зменшення обсягів реалізованих продуктів та послуг галузі культурних та креативних індустрій може набрати негативних тенденцій. Без ефективної державної політики підтримки бізнес-кластеру, зокрема середнього, малого- та мікробізнесу, відновлення темпів сталого розвитку галузі у повоєнний час може тривати роки та ускладнюватися через брак робочих кадрів, вузькопрофільних та досвідчених фахівців, що за час війни покинули власну діяльність та країну.

Варто відзначити, що близько половини опитаних досі не мали можливості скористатися програмами державної підтримки, що обумовлено, за відповідями респондентів, не достатньою поінформованістю фахівців та працівників галузі, складністю для розуміння умов отримання державної підтримки та невідповідністю умов державної підтримки проблемам та потребам підприємств/установ/організацій галузі. Відтак доцільним постає детальний аналіз окремих цільових груп галузі культурних та креативних індустрій задля ефективного використання державної підтримки та забезпечення функціонування галузі в умовах воєнного стану.

На думку 61% опитаних основними заходами підтримки від держави та донорів, що сприяли б розвитку та відновленню креативних індустрій у повоєнний час є гранти на проекти. Відтак можна зробити висновок, що працівники, фахівці та підприємці галузі креативних індустрій покладають великі надії в тому числі на грантові можливості Українського культурного фонду. Не менш значимою підтримкою для представників галузі є реалізація

Державної стратегії розвитку креативних індустрій. Очікується, що державна культурна політика не відійде на периферію в умовах воєнного часу, а буде планово реалізована.

Беручи до уваги відповіді опитаних фахівців галузі, що наразі перебувають за кордоном варто відзначити, що у своїй більшості працівники та фахівці галузі креативних індустрій евакуювалися до країн Європейського Союзу, а 88% опитаних за час перебування за кордоном скористалися можливістю оформити за кордоном статус, що дає право на роботу, доступ до медичних і освітніх послуг, соціальних гарантій. В той же час, опитування виявило, що серед основних причин, що мотивували опитаних повернутися в Україну, окрім покращення безпекової ситуації в країні та возз'єднання з родиною, стали складнощі адаптації та пошуку житла та роботи.

Близько третини евакуйованих за кордон респондентів мають дітей шкільного та дошкільного віку, а 17% респондентів були вимушені виїхати за межі України не володіючи жодною іноземною мовою на достатньому для працевлаштування рівні. Водночас, для абсолютної більшості основним джерелом доходу за кордоном були і є власні збереження та соціальні виплати від уряду держав, які їх прихистили. З огляду на ці дані, можемо передбачити, що надалі певна частка евакуйованих за кордон українських фахівців як галузі креативних індустрій, так і інших, будуть повертатися в Україну і потребуватимуть більших можливостей для працевлаштування та самореалізації. Відтак потреба в державній підтримці різного характеру надалі лише зростатиме, зокрема в галузі культурних та креативних індустрій.

92% відсотки опитаних, перебуваючи за кордоном, продовжують надсилати кошти на підтримку Збройним силам України та брати активну участь у різноманітних заходах та акціях на підтримку України за кордоном, не даючи забути світовій спільноті про російську агресію на території нашої Батьківщини.

Висновки до розділу 2

1. Дослідження розвитку креативних індустрій показало, що в культурна та креативна економіка ЄС базується на її історії: регіон має унікальну концентрацію культурної спадщини та інститутів мистецтва. П'ять з десяти найбільш відвідуваних музеїв знаходяться в країнах ЄС-27 (три в Парижі та два в Римі), а 30 з 69 «Творчих міст» ЮНЕСКО є європейськими.

У ЄС на сучасному етапі сформовано значний і розгалужений сегмент креативної економіки. Вага і значення креативної економіки для суспільного розвитку країн ЄС з року в рік тільки зростає.

Згідно з показниками за 2019 рік, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро – приблизно 4,4% від загального європейського ВВП. Ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць в еквіваленті повної зайнятості або 3,8% від загальної кількості робочих місць у Європі. Статистика також показує, що у більшості ККІ частка молодих працівників вища, ніж у решті частини економіки, і цей сектор виявився дуже стійким порівняно з іншими під час економічної та фінансової кризи 2008 року в Європі. Глобальні економічні дані на 2019 рік показують, що Європа є лідером у цьому секторі та стає каталізатором розвитку. На ККІ припадає 3% світового ВВП (2 250 млрд. дол. США доходів); вони забезпечують 29,5 млн. робочих місць у всьому світі.

2. Аналіз сучасного стану розвитку креативних індустрій України дав можливість зробити наступні висновки:

– За нашими оцінками в Україні креативна економіка з 2013 до 2019 р. зросла у 3,5 рази – з 74,2 млрд грн до 258,9 млрд грн. У 2019 р. частка креативної економіки у валовій доданій вартості склала 7,6%. Основний виробник доданої вартості сектору креативної економіки в Україні - ІТ галузь (24,6%); архітектура й інжиніринг – 9,2%, інформаційні послуги – 7,8%, кіно та телебачення – 7,8%, реклама та маркетинг – 7,7%, деревообробна

промисловість – 6,1%, наукові дослідження та розробки – 5,1%, консультування з питань комерційної діяльності й керування – 4,3%.

Стрімко зростають й обсяги реалізації креативної продукції (товарів, робіт, послуг): з 130,7 млрд грн у 2010 р. до 617,3 млрд грн у 2019 р. або 3,5% та 5,8% у загальному обсязі реалізованої продукції. В Україні кількість зайнятих у креативній економіці складає близько 913 тис. осіб

– в Україні відкриваються значні перспективи подальшого нарощення ролі і ваги сегмента креативної економіки у загальній господарській системі країни. Проте його стихійний розвиток може виявитись нерівномірним і призвести до посилення перекосів на користь ІТ-сектору при доволі скромному зростанні решти креативних індустрій. Це актуалізує активну участь уряду в забезпеченні збалансованого розвитку вітчизняних галузей креативної економіки;

– Додаткові проблеми, спричинені війною із якими зіткнувся сектор КІ наступні :

– 37% працівників у сфері креативних індустрій втратили роботу, або не отримують зарплату під час війни.

– 39% креативних бізнесів відзначають зменшення/зникнення замовлень і продажів.

– У чверті креативних бізнесів падіння оборотів становить понад 90%.

– 20% представників креативних індустрій виїхали за кордон через війну.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

3.1. Визначення обмежень і шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств у секторі креативних індустрій.

Як свідчить успішний досвід країн діяльність культурних організації та креативних компаній має вагомий вплив на економіку та суспільство, який з роками лише зростає. Тому, в першу чергу, держава зацікавлена в розвитку креативного сектору економіки та має всіляко його підтримувати, зокрема через запровадження таких політик [31-35]:

- розробка та прийняття відповідних державних програм, стратегій, плану дій;
- утворення організацій, що будуть реалізувати цілі, завдання, визначені у стратегічних документах;
- сприяння діяльності недержавних спеціалізованих організацій, наприклад, у сфері кіно, музики, дизайну та ін. (як в Китаї, Південній Кореї, США, Великобританії та ін.);
- фінансування загальнодержавних програм, державних цільових програм, стратегій;
- активна міжнародна співпраця з питань розвитку креативного сектору;
- забезпечення дискусії між основними стейкхолдерами для обміну думками, визначення потреб, об'єднання спільними ідеями, розробки ефективних інструментів;
- створення надійного правового регулювання прав інтелектуальної власності;
- запровадження системного та якісного аналізу сектору креативної економіки.

Міжнародний досвід свідчить про застосування таких інструментів розвитку креативної економіки:

- податкові стимули;

- доступні кредити;
- інвестиції у підтримку національних виробників креативної продукції;
- державна фінансова підтримка фондів з розвитку креативного сектору (наприклад, Фонд стартапів);
- гранти;
- субсидії;
- державно-приватне партнерство

Сектор креативних індустрій має значний потенціал у контексті економічного зростання України. Передумовою розвитку української політики на рівні кращих світових практик (зокрема, Європейського Союзу) та розвитку національних креативних індустрій є необхідність подолання ключових обмежень конкурентоспроможності, які характеризують цей сектор. Це обмеження, які впливають на здатність компаній конкурувати на ринку, спілкуватися зі своїми клієнтами та адаптуватися до динамічного середовища.

У таблиці 3.1 оцінюються основні обмеження конкурентоспроможності підприємств у секторі креативних індустрій [36-39].

Таблиця 3.1.

Матриця обмежень конкурентоспроможності креативних індустрій

| Визначальний | Зміст |
|--|---|
| Здатність компаній конкурувати на ринку | |
| Вимоги щодо кількості та вартості | 1. Складність податкової системи уповільнює зростання сектора та конкурентоспроможність вироблених креативних товарів/послуг. 2. Надмірне регулювання та нерозвинена інфраструктура онлайн-платежів перешкоджають розвитку електронної комерції. |
| Вимоги до якості | 1. Несистематизована інформація про тенденції розвитку галузі та вимоги зовнішніх ринків призводить до неадекватної адаптації креативних продуктів до потреб і запитів споживачів. 2. Відносно низький попит на внутрішньому ринку негативно впливає на конкурентоспроможність та підвищення якості продукції. |
| Здатність компаній спілкуватися зі своїми клієнтами | |
| Контакт з клієнтом | 1. Слабке маркетингове та глобальне позиціонування українських креативних продуктів негативно впливають на впізнаваність та впізнаваність сектору за кордоном. 2. Обмежені навички підприємств у сфері маркетингу та просування продукції перешкоджають доступу до нових клієнтів і |

| | | |
|--|-------|---|
| | | ринків. 3. Відсутність членства в міжнародних галузевих організаціях та асоціаціях знижує конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках. 4. Відсутність системної державної підтримки просування креативних індустрій за кордоном обмежує можливості сектору. 5. Недостатність зусиль щодо імплементації нового чинного законодавства щодо зовнішньоекономічної діяльності може обмежити можливості сектору на зовнішніх ринках. |
| Зв'язки з постачальниками | 3 | 1. Обмежена співпраця всередині сектора та окремих креативних індустрій перешкоджає створенню додаткової доданої вартості. 2. Підприємства креативних індустрій мають слабкі зв'язки із суміжними секторами (туризм, інформаційні та комунікаційні технології тощо). |
| Комунікація з установами | 3 | 1. Сектор характеризується нерозумінням структури політичного, правового та економічного рівнів. 2. Органи державної влади не мають достовірних галузевих статистичних та аналітичних даних. 3. Мережа підтримки торгівлі не відповідає потребам підприємств. 4. Не налагоджений належним чином публічно-приватний діалог. 5. Враховуючи розпорошеність сектора, професійні мережі та асоціації вживають занадто мало заходів для підтримки сектора. |
| Здатність компаній адаптуватися до динамічного середовища | | |
| Вимоги до фінансування | до | 1. Недостатнє фінансове забезпечення гальмує розвиток галузі. 2. Відсутність стратегічного підходу до залучення інвестицій від існуючих і потенційних інвесторів обмежують можливості диверсифікації. 3. Недосконала схема ребрейтів в аудіовізуальному підсекторі не дозволяє компаніям фінансувати масштабні проекти. |
| Вимоги до навичок | до | 1. Хронічна невідповідність галузевих технічних і професійних навичок та отриманих у навчальних закладах стримує продуктивність праці. 2. Відсутність навичок ведення бізнесу/управління/маркетингу обмежує потенціал підприємств. |
| Вимоги до технологій інновацій | до та | 1. Інституційній структурі захисту прав інтелектуальної власності бракує послідовності та цілісності. 2. Система інтелектуальної власності не повністю відповідає міжнародним та європейським стандартам, особливо у сфері моніторингу та правоохоронної діяльності. 3. Недостатня поінформованість підприємств/правовласників про особливості захисту прав інтелектуальної власності гальмує розвиток галузі. 4. Відсутність системи підтримки бізнес-інкубаторів та акселераторів перешкоджає створенню стартапів та нових бізнесів. |

Конкурентоспроможність визначається здатністю підприємств адаптуватися та адекватно реагувати на зміни умов порівняння одного підприємства з іншими, що працюють у турбулентному середовищі.

Щоб зберегти конкурентоспроможність на світовому ринку, креативна індустрія має враховувати вищезазначені виклики зовнішнього середовища та розглядати можливі варіанти реагування на їх появу у своїх бізнес-моделях.

Формування оперативно-тактичної діяльності креативної індустрії є запорукою досягнення ключової мети – формування конкурентних переваг на глобальному ринку креативних індустрій шляхом побудови національних ідей.

Незважаючи на всі спроби вийти зі складної ситуації, представники креативного сектору України сходяться на думці, що найближчим часом креативним індустріям допоможе не лише повноцінне відновлення роботи, а й значні інвестиції. Вони потрібні не лише для величезної кількості стартапів у секторі КІ, але й для того, щоб повернути всіх інших на правильний шлях. Адже рівень розвитку креативних індустрій безпосередньо пов'язаний з економічним розвитком країни. За наявності тенденцій зростання в економіці країни зростатиме фінансове забезпечення культури інвестиціями громадян і приватного бізнесу (інвестувати в культуру стане престижно). Але визначальними у цьому взаємно залишатимуться процеси дерегуляції та лібералізації економіки, коли спрощення митних та адміністративних процедур, чітка система оподаткування, відсутність корупції та тиску виступатимуть стимулом для розвитку бізнесу та культури. Прибуткове зростання.

Складність планування діяльності креативних індустрій, у тому числі їх конкурентоспроможності, полягає у неможливості чітко спланувати попит на продукцію, адже найбільше індустрії залежать від смаків та вподобань споживачів. А враховуючи те, що українська економіка є прикладом економіки, що розвивається, ключовими факторами забезпечення

конкурентоспроможності креативних індустрій будуть часткове покриття державою витрат на оплату праці; фінансування діяльності креативних індустрій через гранти; розробка програм зниження податкових внесків; розробка антикризових програм для компаній, які не можуть працювати онлайн; зниження орендної плати комерційної нерухомості на період воєнного стану.

3.2. Рекомендації щодо удосконалення механізмів та інструментарію розвитку креативних індустрій в Україні з урахуванням кращих світових практик

Аналіз сектору креативної економіки України засвідчив незбалансований розвиток його галузей. Перспективи подальшого розширення сегмента зі збереженням структурних перекосів у ньому хоча і сприятиме загальноекономічному зростанню, але може поглибити дисбаланс у розвитку секторів та регіонів країни.

Наразі найбільш сприятливим середовищем для розвитку креативної економіки в Україні залишається сфера ІТ, де замовниками виступають здебільшого іноземні інвестори. Тут наявний високий рівень оплати праці, комфортні умови працевлаштування (гнучкий графік роботи, проєктний підхід, увага до соціалізації працівників, постійного навчання та вдосконалення навичок тощо). В ІТ секторі переважає самозайнятість та неформальна зайнятість. Перспектива одержання високої заробітної плати заохочує потенційних працівників до самонавчання, оскільки наявна система освіти не забезпечує підготовки конкурентоспроможних програмістів і фахівців суміжних сфер.

Решта галузей креативної економіки, які не мають такого потужного зовнішнього чинника зростання, зіштовхуються в Україні з низкою системних проблем, серед яких основними є [50]:

недосконала законодавча база: неврегульована низка питань, пов'язаних з функціонуванням креативних індустрій, законодавство недостатньо сприяє розвитку креативної економіки, низка креативних професій відсутня у класифікаторі професій, особливо гостро стоїть питання захисту прав інтелектуальної власності, авторських прав та цифрових прав;

відсутність єдиної державної стратегії, політики розвитку креативної економіки, дієвих та ефективних механізмів й інструментів її реалізації, а також механізмів та інструментів реалізації вже прийнятих стратегій і програм розвитку національної економіки України та окремих галузей, що визначають креативний підхід, знання, інформацію та інновації ключовими факторами розвитку та зростання;

велика частка тіньового сектору креативних індустрій (наприклад, креативні товари та послуги безперешкодно поширюються через соціальні мережі та Інтернет без юридичного оформлення підприємницької діяльності), що зумовлено як зазначено вище проблемами, так і фактичною відсутністю юридичної відповідальності за роботу бездозвільних документів та ухиляння від сплати податків;

недосконале кадрове забезпечення та застарілість системи освіти. Особливо відчутні нестача професіоналів у сфері мистецтва, моди та дизайну (арт-менеджери, продюсери, дизайнери міжнародного рівня, куратори творчих проєктів), відсутність посередників між творцями та споживачами (критики, колекціонери, поціновувачі);

ускладнений доступ представників креативної економіки до фінансових ресурсів;

недостатнє матеріальнотехнічне й інформаційне забезпечення науково-технологічної та інноваційної діяльності;

низький рівень розвитку більшості креативних індустрій і слабка розвиненість інноваційної інфраструктури в частині комерціалізації креативних ідей.

Загальнодержавна та місцева політики розвитку креативної економіки мають ґрунтуватися на усвідомленні їх міждисциплінарної природи (синтезу економічної, культурної, соціальної, технологічної та екологічної складових).

Відтак на різних стадіях розвитку креативної економіки виникатиме потреба у задіянні різних заходів для зростання і просування відповідних індустрій.

Зокрема, першочерговим є запровадження наступних механізмів розвитку креативної економіки:

- запровадження безповоротної фінансової підтримки стартапів у сфері креативної економіки (наприклад, через Український фонд стартапів);
- розбудова мережі креативних хабів;
- здешевлення кредитів для суб'єктів на господарську діяльність у сфері креативної економіки (рис 3.1).



Рис.3.1. Механізми розвитку креативної економіки

Висновки до розділу 3

Креативні індустрії, які охоплюють широкий спектр підгалузей і сфер, є динамічним сектором національних економік, у тому числі й української, з високими темпами розвитку. На жаль, креативний сектор України зараз мало впливає на ринок, враховуючи його низьку частку як у ВВП, так і в зайнятості. Важливість національних креативних індустрій з точки зору експорту та імпорту є індикатором економічних тенденцій в країні, тому питання підвищення їх конкурентоспроможності слід розглядати та вирішувати на політичному рівні. Одним із таких трендів є перетворення України на креативну економіку. Країна має талановитих людей і креативність, культурну спадщину, зростаючий попит на творчий контент і технологічний прогрес. Ці переваги можуть допомогти Україні отримати творчу, культурну, економічну та економічну користь соціально. Результати дослідження показують, що потрібна більша підтримка креативних індустрій для посилення їхнього залучення до інноваційної системи економіки та системи доданої вартості.

ВИСНОВКИ

1. Динамічний характер подій у XXI столітті свідчить про те, що структура світової економіки істотно змінюється під впливом численних чинників. Отже, цінність промислового сектора відходить на другий план, поступаючись місцем людському потенціалу та творчим кластерам.

Розвиток креативного сегменту розпочинається на основі нового феномену необмежених людських здібностей до творчості (креативності) як ресурсу економічного зростання і стає найбільш динамічним у глобальній соціально-економічній системі.

Креативні індустрії розглядаються у світі як перспективна сфера, яка сприяє вирішенню низки економічних і соціально-культурних проблем у містах і країнах. Країни і міста передають свої культурні стандарти, цінності, унікальність та туристична та інвестиційна привабливість для всього світу через продукти креативних індустрій – кіно, музику, театр, мистецтво, телепрограми. Таким чином, на Європу припадає 32% світового доходу від креативних індустрій і 26% робочих місць. Основним напрямком розвитку креативної економіки є індустрія ігор, за якою йде видавнича діяльність. Загалом, креативні індустрії мають багату історію та потужну громадську підтримку. У результаті Європа залишається законодавцем на глобальній арені культурних і креативних індустрій, що базується на освіченому населенні та добре структурованій екосистемі .

Серед факторів (стратегія, людські ресурси, маркетинг тощо), що впливають на розвиток креативних індустрій, людські ресурси є особливо важливими.

2. До основних характеристик ККІ можна віднести наступні:

- перетворення творчих ідей на основну цінність креативної економіки;
- зростання самозайнятості і скорочення найманої праці;
- першість міст у розвитку креативних індустрій;

- поступове нівелювання меж між наукою і мистецтвом, креативністю та інноваціями;
- перетворення культури, креативності, етики, інтелекту та людського фактору на основне джерело розвитку креативних індустрій;
- розвиток швидкого та вільного доступу до Інтернету для забезпечення використання і обміну значними масивами інформації;
- наповнення дизайну та архітектури творчістю, зручністю, інноваційністю;
- акцентування уваги на на малому, а не на великому бізнесі;
- існування органічної культурної та етнічної різноманітності, яка дозволяє створювати нові унікальні ідеї та бачення світу.

3. Глобальними трендами розвитку креативної економіки у світі є:

1. Зростання частки креативних послуг в креативній продукції: за прогнозами сектор креативних послуг буде зростати значно швидше, ніж сектор креативних товарів.

2. Формування нових тенденцій на ринку праці: наразі технологічні інновації, автоматизація, штучний інтелект поєднуються для створення змін, спрямованих на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності креативного сектору економіки.

3. Постійний доступ до контенту (доступ до інформації в режимі онлайн) збільшить потенціал продажу креативної продукції: в цифровому світі люди одночасно можуть переглядати контент, коментувати в соціальних мережах, здійснювати покупки. Вони стають миттєвими споживачами креативної продукції.

4. Посилення впливу цифровізації та технологій призведе до появи нових сфер індустрій креативної економіки та способів її просування: креативні сфери економіки переплітаються з цифровим світом, що надає їм візуальне життя.

5. Створення належного захисту цифрових прав людини. Цифрові права людини охоплюють широкий спектр прав і свобод людини: доступ до

інформації, приватність, захист персональних даних, свобода вираження поглядів, свобода творчості, рівність та недискримінація.

4. Дослідження розвитку креативних індустрій показало, що в культурна та креативна економіка ЄС базується на її історії: регіон має унікальну концентрацію культурної спадщини та інститутів мистецтва. П'ять з десяти найбільш відвідуваних музеїв знаходяться в країнах ЄС-27 (три в Парижі та два в Римі), а 30 з 69 «Творчих міст» ЮНЕСКО є європейськими.

У ЄС на сучасному етапі сформовано значний і розгалужений сегмент креативної економіки. Вага і значення креативної економіки для суспільного розвитку країн ЄС з року в рік тільки зростає.

Згідно з показниками за 2019 рік, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро – приблизно 4,4% від загального європейського ВВП. Ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць в еквіваленті повної зайнятості або 3,8% від загальної кількості робочих місць у Європі. Статистика також показує, що у більшості ККІ частка молодих працівників вища, ніж у решті частини економіки, і цей сектор виявився дуже стійким порівняно з іншими під час економічної та фінансової кризи 2008 року в Європі. Глобальні економічні дані на 2019 рік показують, що Європа є лідером у цьому секторі та стає каталізатором розвитку. На ККІ припадає 3% світового ВВП (2 250 млрд. дол. США доходів); вони забезпечують 29,5 млн. робочих місць у всьому світі.

5. Аналіз сучасного стану розвитку креативних індустрій України дав можливість зробити наступні висновки:

– За нашими оцінками в Україні креативна економіка з 2013 до 2019 р. зросла у 3,5 рази – з 74,2 млрд грн до 258,9 млрд грн. У 2019 р. частка креативної економіки у валовій доданій вартості склала 7,6%. Основний виробник доданої вартості сектору креативної економіки в Україні - ІТ галузь (24,6%); архітектура й інжиніринг – 9,2%, інформаційні послуги – 7,8%, кіно та телебачення – 7,8%, реклама та маркетинг – 7,7%, деревообробна

промисловість – 6,1%, наукові дослідження та розробки – 5,1%, консультування з питань комерційної діяльності й керування – 4,3%.

Стрімко зростають й обсяги реалізації креативної продукції (товарів, робіт, послуг): з 130,7 млрд грн у 2010 р. до 617,3 млрд грн у 2019 р. або 3,5% та 5,8% у загальному обсязі реалізованої продукції. В Україні кількість зайнятих у креативній економіці складає близько 913 тис. осіб

– в Україні відкриваються значні перспективи подальшого нарощення ролі і ваги сегмента креативної економіки у загальній господарській системі країни. Проте його стихійний розвиток може виявитись нерівномірним і призвести до посилення перекосів на користь ІТ-сектору при доволі скромному зростанні решти креативних індустрій. Це актуалізує активну участь уряду в забезпеченні збалансованого розвитку вітчизняних галузей креативної економіки;

– Додаткові проблеми, спричинені війною із якими зіткнувся сектор КІ наступні :

– 37% працівників у сфері креативних індустрій втратили роботу, або не отримують зарплату під час війни.

– 39% креативних бізнесів відзначають зменшення/зникнення замовлень і продажів.

– У чверті креативних бізнесів падіння оборотів становить понад 90%.

– 20% представників креативних індустрій виїхали за кордон через війну.

6. В Україні відбувається асиметричний розвиток індустрій креативної економіки. Можливість одержання високих прибутків у секторі ІТ, що наразі бурхливо розвивається внаслідок легкого доступу до професії через аутсорсинг, стає рушійним фактором прискореного розвитку комп'ютерних та інформаційних послуг в Україні та визначає загальну позитивну динаміку сектору креативної економіки. Проте решта сегментів креативної економіки України розвиваються доволі мляво або навіть стагнують.

Це зумовлюється низкою причин, серед яких: низький і географічно нерівномірний попит на товари та послуги креативних індустрій, недостатнє фінансування та кадрове забезпечення, прогалини у захисті інтелектуальної власності та авторських прав.

Для виправлення ситуації потрібна більш сфокусована та комплексна державна політика з розвитку креативної економіки України.

В дослідженні запропоновані наступні механізми стимулювання розвитку креативної економіки України:

- запровадження безповоротної фінансової підтримки стартапів у сфері креативної економіки через Український фонд стартапів;
- розбудова мережі креативних хабів;
- здешевлення кредитів для суб'єктів сфері креативної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Проскуріна М.О. Організаційно-економічний механізм культурної індустрії України: Монографія / М.О. Проскуріна. К.: «Національна академія управління», 2018. 222 с.
2. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник до Другої Всеукраїнської конференції «Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території» / заг. ред. І.В.Френкель . Вінниця: 2018, 152 с.
3. Турський І.В. регіональні моделі креативних індустрій: порівняльний аналіз. [file:///C:/Users/User/Downloads/3167-9232-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/3167-9232-1-SM%20(1).pdf)
4. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка». 2020, 218 с. ISBN 978-966-683-558-4
5. Назарова Г. В., Сотникова Ю. В. Креативна економіка та менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 159 с.
6. Про культуру. Закон України від 14 грудня 2010 р. № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
7. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.
8. Мерзляк А. В., Огнар'ов Є. С. Державне управління сферою культури: вітчизняний та зарубіжний досвід. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2017. № 1(17) URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-01\(17\)/index.htm](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-01(17)/index.htm)
9. Лук'яненко Д., Бурмака М., Галахова Т. Ідентифікація креативних інвестицій в глобальній економіці <file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/91153-191809-1-SM.pdf>

10. Міжгалузеве співробітництво у сфері культури та креативності для стимулювання інновацій, економічної стабільності та соціальної інтеграції», Рада Європейського Союзу (2015 р.), Брюссель. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015XG0527>
11. Буценко Олександр, Національний звіт по Україні (2015 р.), Компендіум стратегій та тенденцій в галузі культури в Європі, Рада Європи, ERICarts, Страсбург. URL: http://www.culturalpolicies.net/down/ukraine_042015.pdf
12. Керн П., Звіт незалежних експертів «Незалежна експертна оцінка культурологічної політики України», Рада Європи (2017 р.), Страсбург. URL: <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/CP-Peer-Review-Ukraine-2017.docx.pdf>
13. «Міжгалузеве співробітництво у сфері культури та креативності для стимулювання інновацій, економічної стабільності та соціальної інтеграції», Рада Європейського Союзу (2015 р.), Брюссель. URL: [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015XG0527\(03\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015XG0527(03)&from=EN)
14. Кодування культури Східного партнерства (2015 р.), «Культурний кодекс Східного партнерства», Білорусь, Молдова та Україна, Форум громадянського суспільства Східного партнерства та Європейська комісія, NEA — Національний фонд демократії, Брюссель. URL: http://www.kultura.org.ua/wp-content/uploads/Publication_concept_roadma
15. Європейська Комісія (2010 р.), Повідомлення про флагманську ініціативу «Інноваційний Союз „Europe- 2020“» URL: <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/CP-Peer-Review-Ukraine-2017.docx.pdf>

16. Матеріали аналітичного медіа-ресурсу Українського культурного фонду
URL: <https://uaculture.org/texts/>
17. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт
<https://www.ukrstat.gov.ua/> URL:
18. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» від 19.06.2018 № 2458-VIII URL : : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2>.
19. Опанасюк В. Стартап-індустрія в структурі креативних індустрій : у пошуках визначення поняття “стартап”. Культурні і креативні індустрії : історія, теорія та сучасні практики : матеріали міжн. наук.-практ. конф., 24 квіт. 2017 р. Київ : НАККіМ, 2017. С. 107–111. URL : https://nakkim.edu.ua/images/Instytutu/Instytut_menedgmentu/kafedra_art_management_and_even_tech/materialy-konf-2017-04-24.pdf.
20. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник до Другої Всеукраїнської конференції «Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території» / заг. ред. І.В.Френкель. Вінниця: 2018, 152 с.
21. Конвенція про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження від 20.10.2005. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_008.
22. Креативні індустрії – радикальні зміни // <https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyishho-de-yak/>
23. Креативні та культурні індустрії. URL : <https://uaculture.org/texts/kulturni-ta-kreatyvniindustriyi-zapidtrymkyukf-u-2018-roczy/>
24. United Nations. Information Economy Report of Digitalization, Trade and Development (2017). Retrieved from: URL : https://unctad.org/system/files/official-document/ier2017_en.pdf
25. World Economic Forum. Retrieved from: URL : http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

26. World Economic Forum. (2018). Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy. Retrieved from: URL : http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVEDISRUPTION.pdf
27. Top Six Digital Transformation Trends In Media And Entertainment. (2017). Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2017/04/25/top-six-digital-transformationtrends-in-media-and-entertainment/?sh=7803bb446729>
28. Культурні і креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (24 квітня 2017р.). К. : Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 160 с.
29. Культурні індустрії в сучасному місті URL : <http://www.creativecities.org.ua/uk/creativeindustries/texts/?newsid=22>
30. Культурні та креативні індустрії. URL : <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-5>
31. Культурні та творчі індустрії: українська модель URL : <http://demcult.org/kulturni-ta-tvorchi-industrii-ukrain/>.
32. Лендрі Ч. Розвиток міста через культуру. URL : <https://www.cultura.kh.ua/ru/materiali/2853-charlz-lendri-charles-landry-rozvitok-mist-cherez-kulturu-lektsija>
33. Любовець Г. В., Король В. Г. Комунікаційно-контентна безпека : проблематика, підходи, етапи становлення. К. : ВВІКНУ, 2018. – 462 с.
34. Мартинов А. Ю.. Постіндустріальне суспільство // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. К. : Наук. думка, 2011. С. 439. 520 с.
35. Машіна Н. І., Сазонова М. В. Творчі індустрії у світлі міжнародного досвіду. Університетські наукові записки, 2006 № 2(18). С. 389-393.
36. Овчаренко С. Форсайт-дослідження креативних і культурних індустрій // Культурні і креативні індустрії : теорія та сучасні практики : Матеріали міжнародної науковопрактичної конференції (24 квітня

- 2017р.). К. : Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 160 с. С. 105-107.
37. Олійник О. Феномен «культурні індустрії» : походження та соціокультурний зміст. // Культурологічна думка. 2009. № 1. С. 67-73.
38. Отрішко М. Змістовність поняття «креативність». Культурні і креативні індустрії : історія, теорія та сучасні практики : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції – 15 – Образ (24 квітні 2017 р.). К. : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 160 с. С. 112-120.
39. Пархоменко І. Поняття «культурні та креативні індустрії» в науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та країн європейського Союзу. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (24 квітня 2017р.). К. : Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 160 с. С. 116-120.
40. IZONE веб-сайт URL : <https://izone.media/>
41. PinchukArtCentre веб-сайт URL : <https://new.pinchukartcentre.org/>
42. Мистецький Арсенал веб-сайт URL : <https://artarsenal.in.ua/>
43. Київський хаб Kyiv Smart City веб-сайт URL : <https://ngosmartcityhub.com/>
44. VUM-online веб-сайт URL : <https://vumonline.ua/>
45. Конгрес культурних активістів <https://www.cca-ua.org/>
46. Дивовижні <https://happymonday.ua/company/dyvovyzhni>
47. Тепле місто веб-сайт URL : <https://warm.if.ua/>
48. Звіт УКФ 2022. URL : <https://ucf.in.ua/storage/docs/.pdf>
49. Тиждень родинно-сімейного виховання "Моя сім'я від А до Я" URL : <https://dniokh.gov.ua/wp-content/uploads/2016/02/pptx?>
50. Поляк А. Галереї, мистецькі центри та міжнародні виставки: де українські митці представляють свої роботи у Європі. L'Officiel Україна. URL: <https://officiel-online.com/lifestyle2/art/exhibitions-in-europe-where-ukrainian-artists-showed-their-works>

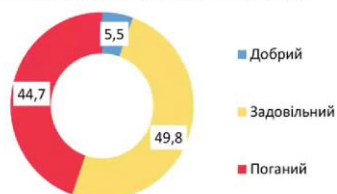
ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Результати дослідження онлайн-анкетування креативних підприємців і креативних фахівців – заявників УКФ 2020-2022 років

ОЦІНКА СТАНУ СФЕРИ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

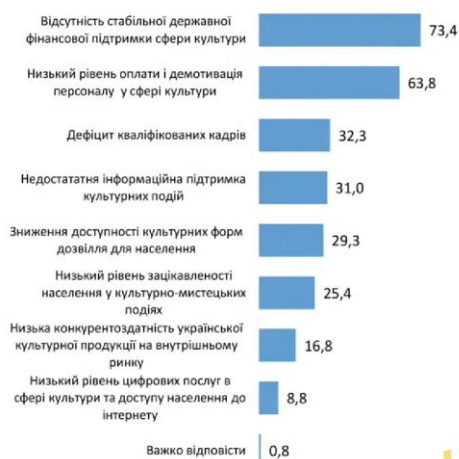
ЯК ВИ ОЦІНЮЄТЕ ЗАГАЛЬНИЙ СТАН СФЕРИ КУЛЬТУРИ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ НА СЬОГОДНІШНІЙ ДЕНЬ?, %



ЯКИМ ЧИНОМ МАЄ ЗДІЙСНЮВАТИСЯ РОЗПОДІЛ КОШТІВ НА РОЗВИТОК КУЛЬТУРИ ДЛЯ ТЕРИТОРІЙ/РЕГІОНІВ, ЯКІ ЗАЗНАЛИ РУЙНУВАНЬ ВНАСЛІДОК ВОЄННИХ ДІЙ?, %



ЩО НАЙБІЛЬШЕ, НА ВАШУ ДУМКУ, ПЕРЕШКОДЖАЄ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ОКРІМ ВІЙНИ?, %



СТАНОВИЩЕ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ (1/2)

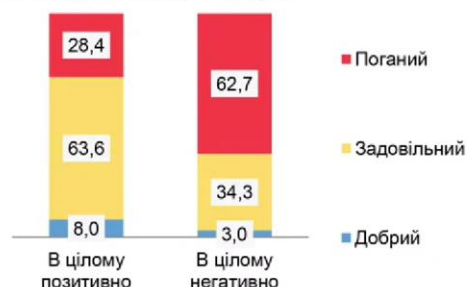
ЧИ ПРАЦЮЄТЕ ВИ ЗАРАЗ?, %



ЯК БИ ВИ В ЦІЛОМУ ОЦІНИЛИ СТАН СПРАВ У ВАШІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ НА СЬОГОДНІШНІЙ ДЕНЬ?, %

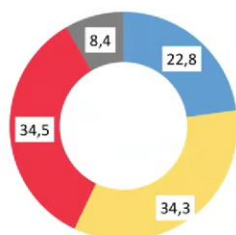


Оцінка стану культури в залежності від оцінки стану справ в організації, %



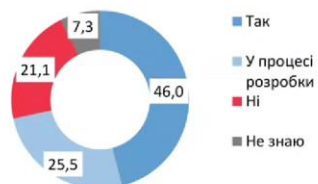
СТАНОВИЩЕ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ (2/2)*

ЯК ЗМІНИЛОСЯ У ДРУГОМУ ПІВРІЧЧІ 2022 Р. ЗАГАЛЬНЕ СТАНОВИЩЕ ВАШОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ У ПОРІВНЯННІ З ПЕРШИМ ПІВРІЧЧЯМ 2022 Р.?, %



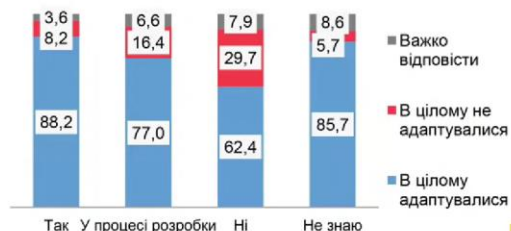
■ Покращилося
■ Не змінилося
■ Погіршилося
■ Важко відповісти

ЧИ РОЗРОБЛЕНИЙ З ПОЧАТКУ ВІЙНИ КРИЗОВИЙ ПЛАН РОБОТИ ВАШОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ?, %



■ Так
■ У процесі розробки
■ Ні
■ Не знаю

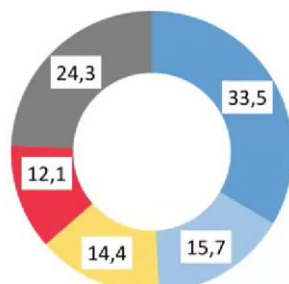
Адаптованість в залежності від наявності кризового плану роботи, %



■ Важко відповісти
■ В цілому не адаптувалися
■ В цілому адаптувалися

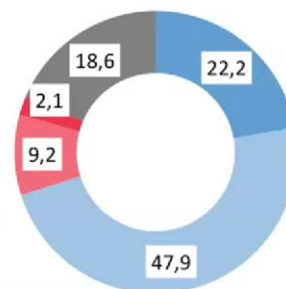
ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ ОРГАНІЗАЦІЇ*

ЯК ВИ ДУМАЄТЕ, ДО ЯКИХ ЗАХОДІВ МОЖЕ ВДАТИСЯ ВАША ОРГАНІЗАЦІЯ У ВИПАДКУ ПОГІРШЕННЯ СИТУАЦІЇ?, %



■ Продовження скорочення витрат, їхня мінімізація
■ Скорочення чисельності працівників
■ Перепрофілювання діяльності
■ Закриття організації
■ Важко відповісти

ЯК ВИ В ЦІЛОМУ ОЦІНЮЄТЕ ПЕРСПЕКТИВИ ВАШОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ?, %



■ Розширення діяльності, зростання прибутків
■ Збереження нинішньої ситуації
■ Згорання діяльності, зменшення прибутків
■ Закриття організації
■ Важко відповісти

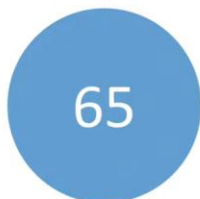
*серед респондів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій (N=478)

ІНДЕКС АДАПТОВАНOSTI*

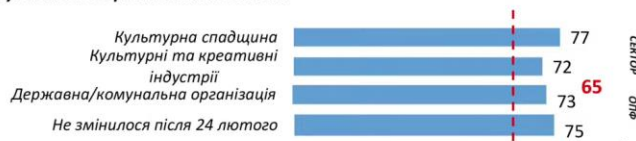
НАСКІЛЬКИ ВАША ОРГАНІЗАЦІЯ АДАПТУВАЛАСЯ ДО ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ?, %



Індекс адаптованості**



Групи високого рівня адаптованості



Групи низького рівня адаптованості



* серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій (N=478)

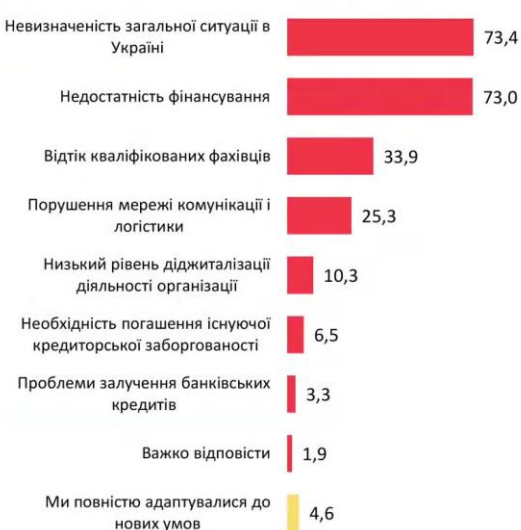
** Індекс розраховується у пунктах як різниця позитивних та негативних оцінок. Значення індексу може коливатися в діапазоні від -100 до 100 пунктів. Чим вище значення індексу, тим більше респонденти є адаптованими

МОТИВАТОРИ ТА ДЕМОТИВАТОРИ АДАПТОВАНOSTI*

ЯКІ ЗАХОДИ ЗДІЙСНЮЮТЬСЯ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ДІЯЛЬНОСТІ ВАШОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ?, %



ЩО НАЙБІЛЬШОЮ МІРОЮ ЗАВАЖАЄ ВАШІЙ УСТАНОВІ АДАПТУВАТИСЯ ДО РОБОТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ?, %



* серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій (N=478)

ПІДТРИМКА КУЛЬТУРИ ПІД ЧАС ВІЙНИ (1/2)

ЯКУ ДОПОМОГУ НАДАЮТЬ ВАШІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНІ, РЕГІОНАЛЬНІ ТА МІСЦЕВІ ОРГАНИ ВЛАДИ ПІД ЧАС ВІЙНИ? %



ЯКУ ДОПОМОГУ НАДАЮТЬ ВАШІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНІ, РЕГІОНАЛЬНІ ТА МІСЦЕВІ ОРГАНИ ВЛАДИ ПІД ЧАС ВІЙНИ?, %



ПІДТРИМКА КУЛЬТУРИ ПІД ЧАС ВІЙНИ (2/2)

ЯКІ НА ВАШУ ДУМКУ ЗАХОДИ ВІД ДЕРЖАВИ І ДОНОРІВ НАЙБІЛЬШЕ МОЖУТЬ ДОПОМОГТИ СФЕРІ КУЛЬТУРИ У ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ?, %

