

3. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 22.10.2022).
4. Міністерство фінансів України: офіційний сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/> (дата звернення: 23.10.2022).
5. Міністерство економіки України: офіційний сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 24.10.2022)
6. Світовий банк покращив прогноз зростання економіки України у 2023 році. URL: https://lb.ua/world/2022/10/04/531479_svitoviy_bank_pokrashchiv_prognoz.html (дата звернення: 24.10.2022).

УДК 7:338.467.6:341.3.018

Мариненко Наталія

доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Шевчук Роман

аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Nataliia Marynenko

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Roman Shevchuk

Post-graduate Student
Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ CREATIVE INDUSTRIES DURING THE WAR

Внаслідок повномасштабного вторгнення РФ на територію України 24 лютого 2022 року, економіка України зазнала суттєвих втрат і змін. Проаналізувавши дані опитування про стан та потреби бізнесу в Україні під час війни [1; 2; 3], можемо зробити наступні висновки:

1. Від початку воєнного стану понад 25% населення України (близько 10 млн осіб) покинули своє місце проживання, зокрема, близько 7,5 млн українців виїхали за кордон.

2. Свою діяльність зупинили 18,7% підприємств, а 28,1% – майже зупинили, внаслідок чого загальні втрати малого та середнього бізнесу під час перших трьох місяців війни оцінювалися у розмірі 85 млрд доларів США.

3. Переважно бізнес не проводив релокацію, а серед релокованого бізнесу (30%) більшість залишилася в межах України, переїхавши в іншу область. Лідером за кількістю підприємств (10%), які провели релокацію переважно або повністю за кордон, є ІТ-сектор.

4. Суттєво зросло безробіття (більше 30%): близько 3 млн українців втратили роботу, та ще близько 53% ризикують її втратити внаслідок активних бойових дій з боку росії.

5. Видатки бюджету України зросли майже на 50%, оскільки збільшилися видатки на оборону, Збройні Сили України (далі – ЗСУ), підтримку бізнесу в умовах воєнного часу та гуманітарну допомогу.

6. Середній очікуваний обсяг реалізованої продукції підприємствами у 2022 році – на рівні 48% від аналогічного показника за 2021 рік. На розвиток експорту зорієнтовані 43,6% бізнесу. Найбільший відсоток експортних послуг надавав ІТ-сектор.

7. Третина підприємств адаптувалася до шоку війни і має стратегію дій, 55,5% – у процесі обдумування й інтуїтивного управління, а 11,1% власників підприємств і CEO вважають, що немає змісту в розвитку стратегій і планів.

8. Загальні потреби малого і середнього бізнесу у фінансуванні зафіксовано на рівні 73,9 млрд доларів США. Найпопулярнішими є категорії до 30 тисяч доларів США та від 30 до 100 доларів (залежно від галузі).

9. Бізнес переважно не співпрацює з органами місцевого самоврядування та не отримує від них допомоги, або просто не знає про такі можливості.

Значних втрат зазнав й креативний сектор економіки, а саме індустрія архітектури та дизайну, мистецтво, рекламні агентства, література та видавнича діяльність, індустрія виробництва й розповсюдження кіно-, відео-фільмів, а також театри, музеї та, зокрема, легка промисловість. Оскільки внаслідок бойових дій у креативному секторі спостерігаємо значний відтік молодих талантів (виїхали за кордон, або обороняють Україну від країни-агресора), також відбулось скорочення фінансування, оскільки ті кошти, що раніше виділялись на культурну сферу, на даний час спрямовуються на підтримку ЗСУ.

Серед респондентів опитування щодо стану креативних індустрій під час війни [4], 80% перебували на території України, зокрема, це люди молодого та середнього віку; з них працювали в аудіовізуальному секторі, як і в бібліотеках, архівах, музеях – по 26%, перформативному та концертному секторах – 20%, музичному й візуальному секторах – 14% і 12% відповідно. Статистику щодо зайнятості фахівців у цих та інших секторах креативних індустрій представлено на рис.1.

Незважаючи на всі виклики та обмеження, креативні індустрії можуть стати так званим «двигуном відновлення» економіки України після завершення війни.

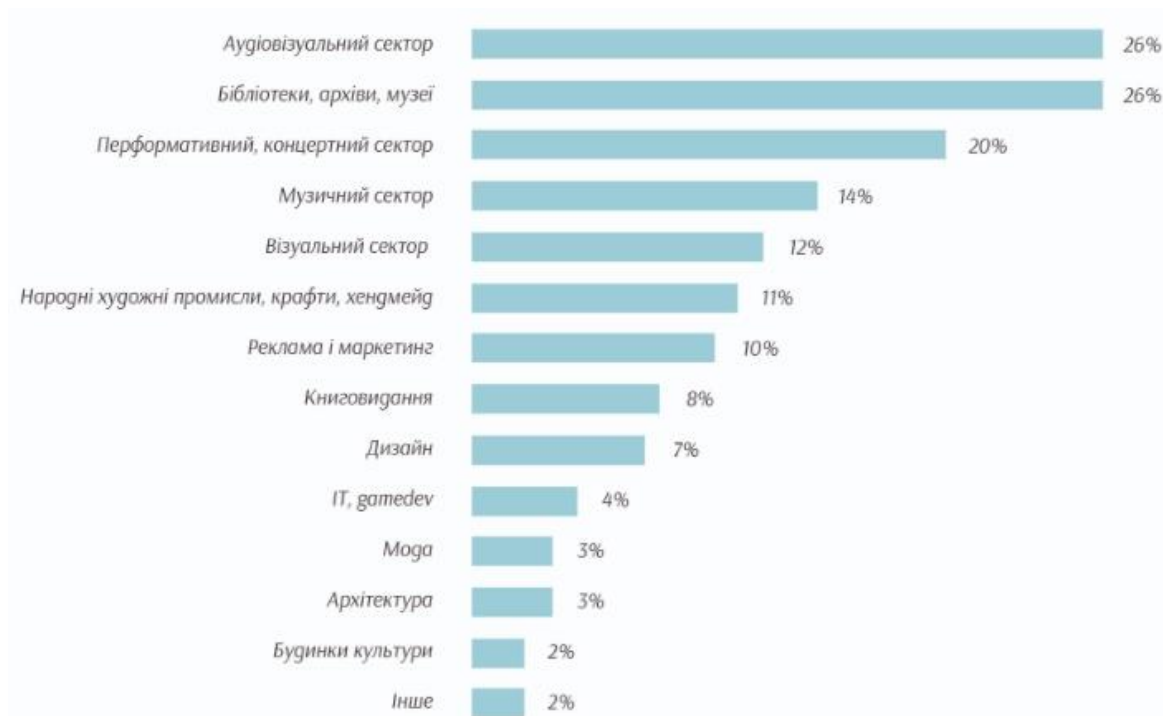


Рис. 1. Сектор креативних індустрій, в якому працюють або працювали респонденти до початку війни

Джерело: [4]

Серед респондентів, що виїхали за кордон, у аудіовізуальному секторі працюють або працювали до війни 39%, у перформативному, концертному – 30%, візуальному – 19%, секторі народних художніх промислів, крафтів, хендмейду (10%) та інших секторах

Представники креативних індустрій організували та беруть активну участь у волонтерських ініціативах і допомагають ЗСУ, внутрішньо переміщеним особам, мирному населенню, що знаходяться на звільнених територіях.

Важливою частиною опитування був збір рекомендацій, що стосуються відновлення та подальшого розвитку креативних індустрій. Серед рекомендацій щодо розвитку креативних індустрій в умовах воєнного часу варто виокремити наступні:

1. Стимулювання розвитку фахівців креативного сектору (міжнародні програми обміну та різні освітні тренінги для фахівців сектору).

2. Рівність креативного сектору з відновленням інфраструктури та міст після закінчення війни (державне фінансування та підтримка культури на рівні фінансування відновлення наслідків воєнних дій).

3. Реструктуризація керівництва та прозорість у виборі керівних ланок.

4. Акцент в державній міжнародній політиці саме на культурі та креативних індустріях (залучення міжнародної фінансової підтримки).

5. Відновлення діяльності Українського культурного фонду (збільшення кількості програм міжнародної підтримки українських митців за кордоном, разом з Міністерствами культури країн ЄС).

6. Фінансова, організаційна та інформаційна підтримки від держави.

Для держави культура та креативні індустрії мають стати фундаментом, оскільки саме в цьому секторі відбувається народна дипломатія й позиціонування країни за кордоном. А результат цих комунікацій впливає і на внутрішню стабільність держави, і на її зовнішню привабливість для інвестицій [5].

Креативні індустрії мають значний потенціал, адже створюють робочі місця, генерують додану вартість, спрямовані на експорт, формують імідж держави та регіонів країни, сприяючи підвищенню їх конкурентоспроможності, тому важливо сформувати план відновлення даної галузі, активно залучати партнерів і донорів для її підтримки під час та після завершення війни (якнайшвидшого).

Перелік використаних джерел:

1. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розвиток економіки». Липень, 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>.

2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna>

3. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-ukraini-sektoralnij-rozriz-veresen-2022>.

4. Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022>.

5. Каравай А. Культурний бізнес в Україні під час війни: він оживає чи виживає? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/16/688223/>.