

must be taken to ensure that system failures, at least, do not exceed the critical limit, as such a system may perish irreversibly.

Theoretical and methodological bases of formation and realization of ecological and economic policy in the conditions of distribution of processes of economic globalization are investigated.

The root causes of ecological, economic and social crisis in agricultural land use are analyzed.

It is substantiated that the potential of the soil system is revealed only in the harmonious combination of its internal and external environment. It is noted that the soil should be considered as a material system that has its own structure, organization, quality characteristics, and not just as a surface layer of earth. Only in the interaction of internal and external environment (light, heat, moisture, air, relief, time, anthropogenic influences on the soil system) the soil acquires such a property as fertility.

It is proved that the essential component of soil energy is humus as a factor in regulating all processes in the soil. This indicates the need to achieve a balance of costs of energy potential of the soil — humus for the formation of biomass crops and soil energy from the environment due to the organic component.

A unique model of energy management of the soil system is proposed, which fully provides an answer to overcoming the ecological crisis of the soil.

Approaches to the harmonious combination of internal and external environment through a scientifically sound structure of sown areas, crop yields, which allow to find the «golden mean» between the consumption of humus and its accumulation.

It has been proven that with the growth of livestock per unit area of arable land there is no correlation with the growth of soil energy. It is claimed that as the number of animals per unit area of arable land increases, the energy content of the soil decreases, which is different from the generally accepted judgments of scientific assets and practitioners of agricultural production.

**Keywords:** agricultural land use; land management; soil; humus; natural fertility.

*Стаття надійшла до редакції 12.04.2020*

УДК 338.242 : 614.4: 339.97  
DOI 10.33111/sedu.2020.46.168.180

**Кузнецова Наталія Богданівна\***

### **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ЗА УМОВ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

**Анотація.** У статті досліджено сучасний стан і можливі наслідки негативного впливу пандемії COVID-19 на розвиток креативних індустрій у глобальному масштабі та в Україні. Проаналізовано досвід різних країн світу у боротьбі з наслідками пандемії та використанні нових підходів до формування програм перезапуску національних економік і відновлення

\*Кузнецова Наталія Богданівна — кандидат економічних наук, завідувачка кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, Черкаський державний бізнес-коледж, ORCID 0000-0002-3121-6221, [nataliya.kuznetsova14@gmail.com](mailto:nataliya.kuznetsova14@gmail.com)

креативного сектору після кризи, зумовленої коронавірусом. На основі виявлених проблем, визначено основні фактори забезпечення посткризового відновлення та росту креативних індустрій у світі.

**Ключові слова:** креативна економіка; креативні індустрії; пандемія COVID-19, криза, відновлення, фактори росту.

**Вступ.** Сучасний світ сьогодні все більше зазнає агресивного впливу різних факторів зовнішнього середовища, одним з яких є масштабне поширення вірусних інфекцій, що несуть загрозу не тільки життю і здоров'ю населення планети, а й бізнесу у глобальному масштабі. Не виключенням є креативні галузі, які, на переконання представників творчої індустрії, є найуразливішими та найчутливішими до негативного впливу кризи COVID-19, а творчі працівники — тим сегментом робочої сили, яка найбільше відчуває руйнівний вплив наслідків пандемії на свої доходи.

Більшість країн світу, де креативний сектор економіки був одним із найважливіших чинників їх економічного зростання, досі не можуть вирахувати суспільні втрати від фактичного блокування економічного розвитку та запровадження режиму превентивної зупинки своїх економік, внаслідок запровадження всеохоплюючого карантину, спричиненого пандемією COVID-19. Проте зволікання у часі в даний момент є неприпустимим, і потребує від урядів країн рішучих заходів та ефективних швидких рішень для порятунку власної економіки, в тому числі її креативного сектору. Важливими факторами відновлення діяльності креативних індустрій є збереження креативного людського капіталу, підтримання внутрішнього ринкового попиту на креативну продукцію, інвестування в інновації креативного сектору економіки, оскільки за своїм внутрішнім змістом креативна економіка базується на людському капіталі, його творчій та інтелектуальній складовій, що є джерелом виникнення креативних задумів та основою створення інновацій. Саме від спроможності урядів країн вберегти наявний на сьогодні у креативному секторі творчий людський капітал від економічних і соціальних потрясінь, а також своєчасна і різнобічна підтримка розвитку креативних індустрій шляхом внутрішнього інвестування в інновації, сприятимуть відтворенню та поступовому зростанню креативного сектору. Це забезпечить йому високу гнучкість і швидку адаптивність до ринкових змін, зумовлених пандемією COVID-19. Враховуючи дану ситуацію, тема дослідження факторів, які сприятимуть швидкому відновленню креативного бізнесу є на часі та актуальною для вивчення.

Дослідженню теоретичних основ та специфічних особливостей розвитку креативних індустрій, їх впливу на економічне зростання країн і підвищення соціально-економічного розвитку регіонів присвячували свої праці як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, серед яких варто відмітити: Дж. Хокінса, Ч. Лендрі, П. Лінднера, А. Скотта, П. Холла, Д. Тросбі, Дж. О'Коннора, Р. Флоріду, Т. Флемінга, Дж. Хартлі, Е. Зеленцову, І. Вахович, Н. Чечетову, О. Чуль, Л. Федулову, С. Давимуку, О. Дорошенко та інших. Не зважаючи на те, що науковий доробок з вивчення основ креативної економіки є достатньо ваго-

мим, проте динамічні зміни, зумовлені масштабним поширенням вірусу COVID-19 у світі потребують подальших досліджень, з метою вивчення чинників якнайшвидшого перезапуску національних економік і відновлення креативного сектору після кризи коронавірусу.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є на основі оцінки сучасного стану розвитку креативних індустрій у світі та Україні в умовах пандемії COVID-19, виявити основні проблеми, що зумовили їх блокування та визначити головні фактори забезпечення посткризового відновлення та росту креативного сектору економіки.

Для досягнення основної мети статті, автором використані такі методи наукового дослідження, як наукової абстракції, аналізу і синтезу, індукції та дедукції, порівняння та групування, динамічні порівняння, табличні методи тощо.

**Результати.** Пандемія COVID-19 сьогодні практично змінила світ і всі аспекти життя людей, починаючи від особистого і до професійного. Неготовими до захисту від її впливу на економіку виявилися практично всі країни світу, а масштабне поширення коронавірусу стало причиною блокування бізнесу у глобальному вимірі. Сьогодні це є ключова глобальна проблема всієї світової спільноти і потребує спільних зусиль урядів різних країн у подоланні поширення цього вірусу та визначенні форм відновлення національних економік.

За дослідженнями компанії McKinsey, значна більшість керівників компаній різних галузей економіки очікують, що наслідки COVID-19 кардинально змінять спосіб ведення бізнесу на протязі наступних п'яти років. Та з іншого боку, криза надає нові можливості для економічного росту [1].

Найскладнішим завданням сьогодні для сучасного бізнесу постає створення можливостей для власного росту, що можуть бути забезпечені ініціативами, пов'язаними з інноваціями. А це потребує значних інвестицій. Проте, в період кризи всі зусилля урядів держав у першу чергу спрямовані на фінансування заходів, спрямованих на подолання пандемії COVID-19 та поширення вірусу, що зумовлює мінімізацію витрат на стимулювання економічного розвитку. Та й компанії теж прагнуть мінімізувати свої витрати і, відповідно, економлять на інвестиціях в інновації. Чи вірними є такі рішення більшості керівників компаній? Відповідь на це питання обгрунтуємо, а вона є заперечливою.

Важливо розуміти, що ті фактори, які забезпечували успішний розвиток компаній у докризовий період, зараз можуть не спрацювати, оскільки відбувається зміщення потреб клієнтів і зміна конкурентного середовища. Конкурентні переваги будуть змінюватися в міру того, як діючі бізнес-моделі будуть адаптуватися до нових ринкових умов. При цьому необхідно також враховувати, що динамічність розвитку цифрових технологій за останні роки може мати більш руйнівну силу на бізнес, ніж колись.

За дослідженнями фахівців [1], у період пандемії COVID-19 відбуваються такі зміни у сучасному світовому бізнес-середовищі:

1) відбуваються зміни в моделях продаж, зумовлені переходом бізнесу на різні форми цифрової взаємодії з клієнтами, що, в свою чергу, відкриває нові

можливості, особливо для малого бізнесу, на одному рівні конкурувати з великими компаніями;

2) з'являється потреба у нових пропозиціях завдяки використанню цифрових каналів прямого доступу до споживача;

3) швидко змінюється поведінка споживачів (клієнтів), внаслідок масштабності використання відеоконференцій, як для соціального зв'язку з колегами, друзями, сімєю, так і персонального чи колективного зв'язку з представниками компаній;

4) через послаблення нормативних вимог до продукції з метою задоволення щоденних потреб споживачів, на ринках спостерігається притік конкурентів з різних галузей, що посилює конкурентну боротьбу за споживача.

Враховуючи дані зміни функціонування бізнес-середовища, керівникам компаній у посткризовий період необхідно навчитися швидко на них реагувати, за рахунок швидкості та масштабності впровадження принципово нових інновацій, які забезпечуватимуть рух до прискорення відновлення їх бізнесу.

Як показує досвід фінансової кризи 2009 р., компанії, які зберегли свою інноваційну спрямованість на протязі трьох-п'яти років після кризи, стали значно сильнішими, випереджаючи середньоринкові показники свого розвитку більш як на 30 % [1]. Це значить, що інновації мають стати невід'ємною частиною моделі росту компаній і майбутнього їх розвитку у посткризовий період і стосуватися виробничої, маркетингової та організаційної діяльності.

Світовий сектор креативної економіки також зазнав значного негативного впливу пандемії COVID-19 як соціального, економічного, так і політичного. Із впровадженням карантинних обмежень 128 країн повністю закрили свої культурні установи.

Скасування або відтермінування культурних заходів, закриття культурних установ, припинення культурних практик громад, збільшення ризику розграбування культурних об'єктів, питання заробітку для різних митців, практичне згортання культурного туризму є нинішньою світовою реальністю. Як і багато інших сфер, культурна індустрія була не готова до змін. Така ситуація деструктивно впливає на життя людей, які створюють різні культурні продукти та практики, оскільки багато з них є незалежними працівниками чи тими, хто працює в малому і середньому бізнесі, що особливо вразливий до фінансових потрясінь [2].

Креативна економіка, як окрема галузь світової економіки, до кризи, спричиненої COVID-19 характеризувалася швидкими темпами розвитку, була динамічною у частині генеруванні доходів і створенні робочих місць, розвитку експорту, тому що була менше прив'язаною до матеріальних ресурсів. Загалом у світі креативні та культурні індустрії генерували близько \$2,2 млрд прибутку щороку, що становило майже 3 % світового ВВП і забезпечували 29,5 млн робочих місць по всьому світу [2]. У докризовий період свого розвитку, вони характеризувалися значним впливом на формування креативного су-

спільства, де основну роль відіграють ідеї та інновації, а об'єктами є такі сфери, як: економіка, наука, техніка, політика, соціальна сфера, регіональний розвиток, галузі, підприємства, товари, технології, освіта, культура, мистецтво, спорт тощо.

Руйнівний вплив пандемії COVID-19 на креативну економіку зумовлений тим, що на відміну від інших сфер економіки, їй притаманні специфічні для неї ознаки, такі як: висока частка людей, зайнятих у різних сферах суспільного виробництва, більшість з яких є самозайнятими, основою праці яких є творча, інтелектуальна складова; вона є ключовим фактором розвитку інноваційної економіки, де креативність виступає джерелом появи інновацій і потребує значного фінансового вливання; характеризується специфічністю, що притаманна творчій праці та її результату — творчій, креативній продукції, де має місце значна частка інтелектуальної складової у формуванні її ринкової вартості (продукція є дороговартісною); ринок креативної продукції та послуг характеризується специфічністю формування споживчого попиту та споживання креативної продукції; масштабна інтеграція креативної економіки з різними галузями національної економіки, що зумовлює синергетичний ефект у випадку кризи; продукція креативної економіки є об'єктом інтелектуальної власності і потребує високого рівня її захисту у суспільстві.

За інформацією ЮНЕСКО, існує велика ймовірність того, що культурний сектор не буде визначений як пріоритетний щодо термінової підтримки урядами країн, що є характерним і для України. Та поряд з тим, значної уваги потребує вирішення таких питань щодо негативного впливу COVID-19 на сферу культури [2]:

- 1) втрата надходжень від туризму;
- 2) соціальне забезпечення митців і фахівців сфери культури, бізнес яких постраждав від пандемії коронавірусу;
- 3) обмеження можливостей для розвитку мистецтва та культури в період карантину.

Тому для відновлення діяльності закладів культурного сектору креативної економіки, важливою є державна фінансова підтримка та ряд рішучих заходів для недопущення їх занепаду і розвалу.

У табл. 1 представлено інформацію про реакцію урядів окремих країн світу на порятунок культурної сфери від негативного впливу кризи, зумовленої COVID-19, що характеризується значними обсягами державного фінансування галузі. Фінансування з фондів прямої та непрямої підтримки культури й креативних індустрій, індивідуальна підтримка фахівців, що в них залучені, відтермінування орендної плати, своєрідні податкові канікули — всі ці інструменти допоможуть галузі пережити коронавірусну кризу з найменшими втратами і почати працювати після неї.

В Україні креативні індустрії в період пандемії COVID-19 теж стали одними з найуразливіших секторів національної економіки.

Таблиця 1

**ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА СФЕРИ КУЛЬТУРИ УРЯДАМИ КРАЇН СВІТУ  
В ПЕРІОД КРИЗИ COVID-19**

Країна	Обсяги державного фінансування
Норвегія	Додаткове фінансування галузі в розмірі \$28 млн.
Франція	Створення стабілізаційного фонду з підтримки культури на суму €22 млн, з них: - на музичну сферу — €10 млн; - на сферу літератури — €5 млн; - на сферу розваг — €5 млн; - на сферу візуальних мистецтв — €2 млн. Індивідуальна підтримка митців на суму €1,5 тис.
Бельгія	Додаткове фінансування митців на суму €8 млн.
Німеччина	Федеральна допомога для всіх постраждалих культурних секторів в розмірі €159 млрд, з яких: - пряма підтримка малого бізнесу та самозайнятих осіб у сфері культури — €50 млрд.
Італія	Створення італійським національним фондом додаткового фонду з підтримки кіно, перформативного та аудіовізуального мистецтва в сумі €130 млн.
Польща	Додаткове фінансування сектору культури до 4 млрд. злотих (еквівалент €900 млн.)
Австралія	Додаткове фінансування візуального мистецтва в сумі 27 млн. австралійських доларів та музичної індустрії в сумі 10 млн. австралійських доларів
США	Додаткове фінансування: - американського Національного фонду мистецтв — \$75 млн.; - Національного фонду гуманітарних наук — \$75 млн.; - Інституту музейної та бібліотечної служби — \$50 млн.

*Джерело:* складено за даними [2].

Так, за даними опитування, проведеного агентством економічного розвитку PPV Knowledge Networks за підтримки Міністерства культури і інформаційної політики України [3], 72 % опитаних респондентів (усього 225 представників креативного бізнесу) вважають креативний бізнес найуразливішим до наслідків пандемії коронавірусу COVID-19, ніж інші сфери. За перші два тижні карантину всі сфери креативних і культурних індустрій в Україні показують приблизно однакове падіння обсягів продаж у 50 %; 75 % і більше доходу втратили під час карантину 38 % опитаних, а 27 % з них не можуть перевести бізнес онлайн і потребують спеціальних програм стимулювання. На жаль, українська статистика ще не відображає втрати представників креативного сектору економіки внаслідок вірусної кризи, проте статистичні дані за січень-березень 2020 р. підтверджують значні втрати прибутків, яких зазнав український бізнес, у тому числі креативний. Так, за даний період фінансові результати до оподаткування великих і середніх підприємств становили 4,9 млрд грн збитків проти 111,1 млрд грн прибутку за аналогічний період 2019 р. Загалом частка збиткових підприємств у січні-березні

2020 р. сягнула 40,8 %, проти 27,2 % у 2019 р. Щодо окремих сфер креативного сектору економіки, то у сфері інформації та телекомунікацій кожне третє підприємство було збитковим (частка збиткових підприємств склала 33,3 % проти 14,9 % за аналогічний період 2019 р.), а у сфері мистецтв, спорту, розваг і відпочинку збитків зазнало 55,6 % підприємств, проти 32 % у 2019 р. [4].

Якими ж є дії українського уряду щодо підтримки та захисту креативного сектору економіки в період пандемії COVID-19? Спалах вірусної інфекції коронавірусу зумовив необхідність перегляду урядом витратних статей державного бюджету на 2020 рік. Спочатку Міністерство фінансів України в першій редакції правок до бюджету на 2020 рік передбачило різке скорочення витрат на культуру — більш, ніж наполовину, що могло привести до кризи і стагнації креативних індустрій і втрати тисячі робочих місць. Проте після протесту зі сторони державних інституцій та представників креативних індустрій, це рішення було переглянute і уже 8 липня 2020 р. Кабінет Міністрів України на засіданні проголосував за виділення 1 млрд грн для фінансування культурної галузі, зокрема з таким розподілом [5]:

- на гранти через Український культурний фонд — 590 млн грн;
- на гранти через Український інститут книги — 150 млн грн;
- на підтримку кіно через Держкіно — 50 млн грн;
- для проведення конкурсу МКП — 100 млн грн.

Крім того, у бюджет закладено фінансування для створення електронного обліку культурної спадщини і культурних цінностей України. Частина бюджету планується виділити на компенсацію втрат закладам культури за період карантину (для оплати комунальних послуг, послуг з пожежної безпеки та охорони) [5]. Залишилося тільки знайти джерела фінансування даних заходів для порятунку сфери культури.

Також позитивним кроком у напрямку захисту креативного сектору економіки була реєстрація 13.05.2020 р. Верховною Радою України законопроекту № 3377 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)». А вже 16 червня 2020 р. Верховна Рада ухвалила у другому читанні даний закон за № 692-IX. Цим документом передбачено державну субсидію для кінематографу в розмірі 100 % від кошторису кіно, зменшено орендну плату майна, не використовуюваного в повному обсязі для наймачів закладів культури на період карантинних обмежень. Внесено зміни до ЗУ «Про оренду державного та комунального майна» з метою встановлення нормативів з надання закладами культури платних послуг у сфері культури і мистецтв. Також Кабінету Міністрів України доручено розробити і затвердити надання державної субсидії на розвиток кінопроекту та відшкодування 50 % витрат концерну радіомовлення, радіозв'язку і телебачення на комунальні послуги [6]. Проте цих заходів буде недостатньо для відновлення розвитку креативного сектору економіки України в умовах пандемії COVID-19 і післякризовий період. Адже відомо, що закони не працюють без розробленого механізму їх реалізації. Тому уряду необхідно сформувати механізм запровадження в дію передбачених законом заходів з урахуван-

ням таких основних напрямів відтворення креативного сектору української економіки, як:

- підтримки та захисту фахівців цієї галузі від негативного впливу економічних та соціальних потрясінь, зумовлених кризою;
- стимулювання внутрішнього ринку креативної продукції і послуг з метою створення сприятливого середовища для їх виробництва і збуту;
- фінансового забезпечення інноваційного розвитку різних сфер креативної економіки, оскільки цей сектор економіки є інноваційно активним;
- захисту прав інтелектуальної власності та забезпечення інформаційної безпеки для підприємств креативного сектору.

Цікавим і корисним для України буде досвід Великобританії у боротьбі за відновлення креативних індустрій, оскільки цей сектор британської економіки є ключовим у її формуванні за своїм ціннісним вкладом.

За результатами дослідження Oxford Economics [7], британські креативні індустрії сьогодні перебувають на межі виживання. Раніше, до пандемії COVID-19, креативний сектор Великобританії розвивався у 5 разів швидше, ніж економіка в цілому, де у 2019 р. було зайнято більше 2,1 млн осіб, що на 34,5 % більше, ніж у 2011-му. У 2018 р. вклад креативного сектору у національну економіку становив 111,7 млрд фунтів стерлінгів (що на 43,2 % більше, ніж у 2010 р.), а це більше, ніж автомобільна, аерокосмічна, медико-біологічна і нафтова галузі разом взяті. У підготовленому звіті «Прогнози економічного впливу COVID-19 на креативні індустрії Великобританії» передбачається, що у 2020 р. креативний сектор буде удвічі сильнішим, ніж економіка країни в цілому з плановим дефіцитом валової доданої вартості у розмірі 29 млрд фунтів стерлінгів (-25 %). До кінця цього року у більшості креативних підсекторів очікується втрата більшої половини їх доходу та робочої сили (119 тисяч основних працівників творчої індустрії будуть звільнені з роботи). Особливо на собі відчують негативний вплив кризи фрілансери, з яких, за прогнозними розрахунками, 287000 осіб призупинить свою діяльність. До кінця поточного року очікувані сукупні втрати обороту в креативних індустріях Великобританії складуть 74 млрд фунтів стерлінгів, що на 30 % більше 2019 року [7].

Враховуючи невтішні прогнози, уряд Великобританії докладає великих зусиль, щоб врятувати креативний сектор від занепаду. З метою підтримки креативних індустрій британський уряд укладатиме торговельні угоди з крупними партнерами з ЄС та інших країн. Особлива ставка робиться на партнерство з ЄС після Brexit. Федерацією креативних індустрій Великобританії разом з Creative England визначено ключові інструменти, що враховуватимуться при заключенні угод про вільну торгівлю з європейськими країнами. Це, на думку фахівців, значно підсилить економічну, соціальну і культурну міцність Великобританії [8].

Успіх першочергових заходів з відновлення британського креативного бізнесу буде залежати від таких факторів [8]:

1) спроможності вільного територіального переміщення людей і товарів, що передбачає запровадження спеціальних гастрольних віз для творчих виконавців, які забезпечать їм можливість тимчасово подорожувати країною і брати із собою необхідне для професійної діяльності обладнання без сплати за нього податку.



Щодо податкових і регуляторних торговельних бар'єрів для переміщення товарів, то вони мають бути зведеними до мінімуму;

2) міцності режиму інтелектуальної власності та захисту авторських прав шляхом передбачення державного захисту прав інтелектуальної власності у міжнародних договорах;

3) спільного нормативного узгодження і визнання регламентів GDPR (General Data Protection Regulation), кваліфікацій та аудіовізуальних правил між Великобританією та країнами ЄС, що забезпечить необмежений потік даних і захист персональних даних через надання дозволу на їх використання, формування корпоративної політики безпеки компаній у період співробітництва;

4) можливості країни стимулювати внутрішні інвестиції, що передбачає урядову підтримку інноваційних конкурентоспроможних угод вільної торгівлі через запровадження податкових пільг для підприємств креативного бізнесу і формування сприятливого інвестиційного клімату у країні. Дані заходи сприятимуть залученню представників креативного бізнесу та стартапів з інших країн до Великобританії. Крім того, державне фінансування виробництва ризикових інноваційних товарів і послуг, інвестування у НДДКР для креативних галузей забезпечать можливість креативному сектору британської економіки стати світовим лідером і зміцнити свої конкурентні позиції на міжнародному ринку. А постійний доступ творчого контенту Великобританії до проектів, фінансованих ЄС (таких, наприклад, як Creative Europe) сприятимуть розширенню творчого ринку Великобританії у Європі.

Тобто можна констатувати, що головними факторами розвитку креативних індустрій у післякризовий період є:

- креативний людський капітал;
- інновації;
- внутрішні інвестиції.

Креативний людський капітал є важливим стратегічним ресурсом і фактором зростання креативної економіки, який визначає ефективність використання виробничого, фінансового та природного капіталу і безпосередньо впливає на темпи та якість її зростання. Він являє собою культурну складову креативної економіки, що уособлює в собі творчі здібності та обдарування людей, які знаходять своє втілення у креативних (творчих) продуктах. Це складова культурного життя, цінностей і традицій населення окремих регіонів, країни загалом, тобто їх культурної спадщини, середовища творчого самовираження, формування та розвитку креативного людського капіталу, генерації високої доданої вартості креативного продукту. Тому у післякризовий період компаніям важливо зберегти цей людський капітал і всіляко стимулювати його професійний розвиток.

Коли імпорт креативних товарів і послуг перевищує їх експорт, це свідчить про наявність внутрішнього попиту, який суттєво впливає на розвиток креативної економіки. Сьогодні створення креативної продукції, як культурного продукту відбувається за рахунок поєднання технічних інновацій, творчості та підприємництва. Саме у період кризи, зумовленої пандемією COVID-19, креативному бізнесу важливо постійно вивчати запити споживачів креативної продукції, яка має

задовольняти в значній мірі їх естетичні і духовні потреби. Вивчення попиту на креативну продукцію має підтримуватися новітніми технологіями та інноваціями.

Інновації висувають принципово нові ідеї, нововведення, винаходи, що призводить до швидкого розвитку креативної економіки у післякризовий період, адже саме криза є, свого роду, адреналіном для розвитку інновацій. Необхідно зазначити, що більшість галузей креативного бізнесу характеризуються високим рівнем інноваційної активності. Так, в Україні протягом 2014-2016 років у сфері інформації та комунікацій була зафіксована найвища у країні частка інноваційних підприємств — 22,1 %, у сфері архітектури та інжинірингу, рекламної діяльності і досліджень кон'юнктури ринку ця частка склала 20,1 % [9]. Маркетингові інновації мають забезпечити основу для прийняття виважених управлінських рішень з метою формування нової стратегії розвитку креативного бізнесу в умовах пандемії; технологічні інновації — гнучкість креативному бізнесу та його швидку адаптацію до ринкових змін; організаційні інновації — формування нових управлінських структур, спроможних професійно та швидко реагувати на нові виклики часу.

Важливими суб'єктами ринкової діяльності у креативному секторі є клієнти (споживачі), а об'єктом — їх запити та вподобання, тож велика увага має належати роботі з ними. Запровадження новітньої системи управління обслуговуванням клієнтів (CSM) на основі штучного інтелекту (AI) є дієвим способом вирішення проблем у будь-якій бізнес-функції. За допомогою представників віртуальних клієнтів і чат-ботів суб'єктам креативного бізнесу можна здійснювати інтелектуальне управління послугами з найменшими затратами часу, живої праці, матеріальних і фінансових ресурсів. За дослідженнями McKinsey & Company і Всесвітнього економічного форуму новітні технології, такі як штучний інтелект, доповнена реальність, віртуальна реальність і блокчейн матимуть величезний вплив на суттєві перетворення творчого досвіду, зміну творчого виробництва та філософії споживання креативної продукції.

Варто зауважити, що штучний інтелект спроможний змінити ланцюжок створення вартості для креативного контенту. З його допомогою можна аналізувати величезні масиви даних для вивчення специфічної поведінки, що дозволяє комп'ютерам розпізнавати шаблони і «вивчати» нові дії без явного програмування. Штучний інтелект допомагає творцям ефективніше зіставляти контент з аудиторією, вивчати і класифікувати побажання певних груп користувачів. Важливим є те, що доповнена і віртуальна реальність пропонують зовсім нове середовище для роботи з творцями, що є цінним у роботі представників креативного бізнесу у посткризовий період і потребують додаткових інвестиційних вкладень [10].

Інвестування в креативну економіку є важливим фактором соціального розвитку, адже у зв'язку із несприятливими соціально-економічними умовами, зумовленими кризами, багато молодих і талановитих людей виїжджають за кордон у пошуках кращої роботи та вищого рівня життя. Інвестування у власні креативні індустрії забезпечить необхідними фінансовими ресурсами вже наявний креативний людський капітал, що дасть змогу відновити розвиток креативного бізнесу та сприятиме формуванню сприятливого інвестиційного клімату для залучення іноземних компаній.

**Висновки.** Таким чином, узагальнивши викладений матеріал можна констатувати, що ключовими факторами відновлення, ефективного розвитку і росту креативної економіки є креативний людський капітал, організаційні, технологічні та маркетингові інновації в креативному бізнесі, внутрішні інвестиції у розвиток креативних індустрій та активна взаємодія уряду з представниками креативного бізнесу з метою розроблення та втілення ефективних заходів із забезпечення життєдіяльності сектору креативної економіки.

Тому, першочерговими заходами урядів країн з подолання наслідків негативного впливу пандемії COVID-19 на розвиток національних економік і креативних індустрій у тому числі, є надання пріоритетного значення розвитку сектору охорони здоров'я з метою збереження життя людського капіталу та впровадженню інноваційних ініціатив у діяльність суб'єктів креативного сектору економіки, оскільки швидкість прийняття рішень, масштабність інновацій і додаткове фінансування галузі сьогодні є головними інструментами її післякризового зростання.

### **Література**

1. Jordan Bar Am, Laura Furstenthal, Felicitas Jorge, and Erik Roth. Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever. June 17 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Strategy%20and%20Corporate%20Finance/Our%20Insights/Innovation%20in%20a%20crisis%20Why%20it%20is%20more%20critical%20than%20ever/Innovation-in-a-crisis-Why-it-is-more-critical-than-ever-vF.pdf>.
2. Які інструменти підтримки сфери культури в часи кризи, викликані пандемією, використовують у світі. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/243845>.
3. За первые две недели карантина продажи креативных индустрий упали на 50 %: опрос. URL: [https://lb.ua/culture/2020/04/01/454238\\_pervie\\_dve\\_nedeli\\_karantina.html](https://lb.ua/culture/2020/04/01/454238_pervie_dve_nedeli_karantina.html).
4. Фінансові результати діяльності великих та середніх підприємств за січень-березень 2020 р.: експрес-випуск. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres\\_u.html#%D0%94%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C\\_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B21](http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html#%D0%94%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B21).
5. Кабмін виділив 1 млрд грн для культури та креативних індустрій. URL: [https://lb.ua/culture/2020/07/08/461471\\_kabmin\\_vidiliv\\_1\\_mlrld\\_grn\\_kulturi.html](https://lb.ua/culture/2020/07/08/461471_kabmin_vidiliv_1_mlrld_grn_kulturi.html).
6. Рада приняла закон о поддержке культуры и креативных сфер. URL: [https://lb.ua/culture/2020/06/16/459922\\_rada\\_prinyala\\_zakon\\_podderzhke.html](https://lb.ua/culture/2020/06/16/459922_rada_prinyala_zakon_podderzhke.html).
7. The projected economic impact of covid-19 on the uk creative industries: Oxford Economics report, 15 June 2020. URL: [https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/inline-images/20200619\\_OE\\_Slides.pdf](https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/inline-images/20200619_OE_Slides.pdf).
8. Creative Industries — Free Trade Agreements Enhancing the economic, social and cultural strength of the UK. URL: <https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/2020-01/Creative%20Industries%20FTA%20Priorities.pdf>.
9. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014-2016 років: доповідь. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm).
10. How do emerging technologies affect the creative economy? / Claudio Cocorocchia, Jonathan Dunn, Stefan Hall, and Ryo Takahashi. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/how-do-emerging-technologies-affect-the-creative-economy>

## References

1. Jordan Bar Am, Laura Furstenthal, Felicitas Jorge, and Erik Roth «Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever» June 17 (2020).[https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business %20Functions/Strategy %20and %20Corporate %20Finance/Our %20Insights/Innovation %20in %20a %20crisis %20Why %20it %20is %20more %20critical %20than %20ever/Innovation-in-a-crisis-Why-it-is-more-critical-than-ever-vF.pdf](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Strategy%20and%20Corporate%20Finance/Our%20Insights/Innovation%20in%20a%20crisis%20Why%20it%20is%20more%20critical%20than%20ever/Innovation-in-a-crisis-Why-it-is-more-critical-than-ever-vF.pdf).
2. Iaki instrumenty pidtrymky sfery kultury v chasy kryzy, vyklykanoi pandemiieiu, vykorystovuiut u sviti [What tools are used in the world during the crisis caused by the pandemic]. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/243845>. c
3. Za pervyie dve nedeli karantina prodazhi kreativnykh industriy upali na 50 %: opros [In the first two weeks of quarantine, sales of the creative industries fell by 50 %: a survey].[https://lb.ua/culture/2020/04/01/454238\\_pervie\\_dve\\_nedeli\\_karantina.html](https://lb.ua/culture/2020/04/01/454238_pervie_dve_nedeli_karantina.html). [in Russian]
4. Finansovi rezultaty diialnosti velykykh ta serednykh pidpriemstv za sichen-berezen 2020 r.: ekspres-vypusk [Financial results of large and medium-sized enterprises for January-March 2020: express issue] Ofitsiinyi sait derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy.[http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres\\_u.html# %D0 %94 %D1 %96 %D1 %8F %D0 %BB %D1 %8C %D0 %BD %D1 %96 %D1 %81 %D1 %82 %D1 %8C \\_ %D0 %BF %D1 %96 %D0 %B4 %D0 %BF %D1 %80 %D0 %B8 %D1 %94 %D0 %BC %D1 %81 %D1 %82 %D0 %B21](http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html#%D0%94%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B21). [in Ukrainian]
5. Kabmin vydilyv 1 mlrd hrn dlia kultury ta kreatyvnykh industrii [The Cabinet of Ministers has allocated UAH 1 billion for culture and creative industries][https://lb.ua/culture/2020/07/08/461471\\_kabmin\\_vidiliv\\_1\\_mlrd\\_grn\\_kulturi.html](https://lb.ua/culture/2020/07/08/461471_kabmin_vidiliv_1_mlrd_grn_kulturi.html). [in Ukrainian]
6. Rada pryniala zakon o podderzhke kultury y kreatyvnykh sfer [Rada adopted a law on support of culture and creative spheres][https://lb.ua/culture/2020/06/16/459922\\_rada\\_prinyala\\_zakon\\_podderzhke.html](https://lb.ua/culture/2020/06/16/459922_rada_prinyala_zakon_podderzhke.html). [in Ukrainian]
7. The projected economic impact of covid-19 on the uk creative industries: Oxford Economics report, 15 June 2020. URL:[https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/inline-images/20200619\\_OE\\_Slides.pdf](https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/inline-images/20200619_OE_Slides.pdf).
8. Creative Industries — Free Trade Agreements Enhancing the economic, social and cultural strength of the UK.[https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/020-01/Creative %20Industries %20FTA %20Priorities.pdf](https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/020-01/Creative%20Industries%20FTA%20Priorities.pdf).
9. Obstezhennia innovatsiinoi diialnosti v ekonomitsi Ukrainy za period 2014-2016 rokiv: dopovid. [Survey of innovation activity in the economy of Ukraine for the period 2014-2016: report.] Ofitsiinyi sait derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm). [in Ukrainian]
10. How do emerging technologies affect the creative economy? / Claudio Cocorocchia, Jonathan Dunn, Stefan Hall, and Ryo Takahashi. URL:<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/how-do-emerging-technologies-affect-the-creative-economy>

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

**Кузнецова Наталия Богдановна,**

канд. экон. наук,  
заведующая кафедрой экономики,  
предпринимательства и маркетинга,  
Черкасский государственный бизнес-колледж  
ORCID 0000-0002-3121-6221

**Аннотация.** В статье исследовано современное состояние и возможные последствия негативного воздействия пандемии COVID-19 на развитие кре-

ативних індустрій в глобальному масштабі і в Україні. Проаналізовано досвід різних країн світу в боротьбі з наслідками пандемії, а також використання принципових підходів до формування програм перезапуску національних економік і відновлення креативного сектора після кризи, обумовленої коронавірусом. На основі виявлених проблем, визначено основні фактори забезпечення посткризового відновлення і зростання креативних індустрій в світі.

**Ключевые слова:** креативная економіка; креативні індустрії; пандемія COVID-19, криза, відновлення, фактори зростання.

## MODERN STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES IN TERMS OF PANDEMIC COVID-19

**Nataliya B. Kuznetsova**

PhD in Economics,  
Head of Economy, Entrepreneurship and  
Marketing Department  
Cherkasy State Business College, Cherkasy  
ORCID 0000-0002-3121-6221

**Abstract.** The article touches upon the problem of developing creative sector of the economy under the conditions of COVID-19 on a global scale. It is proved that this sector is the most vulnerable among the other fields of economy and sensitive to the negative impact of the COVID-19 crisis. This sensitivity is due to the specific features of creative business. They include high proportions of small business and self-employed people; high level of innovative activity of creative enterprises, which must be constantly supported financially; market features of the formation of consumer demand and consumption of creative products; the scale of integration of creative economy with different sectors of the national economy, which causes a synergistic effect in case of crisis; high share of the intellectual component in the value of creative products, which is the object of intellectual property and requires a high level of protection in the society. The author looks into the experience of some European countries, in particular the United Kingdom, in overcoming the negative consequences of COVID-19 for creative business, which can be valuable for Ukraine and other countries. The main changes in the world business environment during the COVID-19 pandemic, which countries need to take into account when developing national strategies for economic recovery in the post-crisis period, are studied. Practical approaches of the governments of different countries to developing national economy restart programs and creative business recovery after crisis are generalized. The main factors of recovery, development and growth of the creative economy in the post-crisis recovery and growth of the creative sector is substantiated. To achieve the main goal and objectives of the study, the author uses general and specific research methods, including scientific abstraction, analysis and synthesis, induction and deduction, individual statistical methods such as comparisons and groupings, dynamic comparisons, tabular methods etc.

**Keywords:** creative economy; creative industries; COVID-19 pandemic, crisis, recovery, growth factors.

*Стаття надійшла до редакції 15.04.2020*