

*Анастасія Лендель,*

*студентка 2-го курсу*

*факультету міжнародних економічних відносин  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

## **РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ПІД ЧАС І ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

*У статті з'ясовано структуру та особливості креативних індустрій, роль та економічну вагу цього сектору у світовому господарстві. Концепція творчості як частини економіки стала предметом обговорення у 1990-х роках, коли почали використовуватися такі терміни, як «креативні індустрії», «креативний бізнес-сектор», «культурна і комунікаційна індустрія», «індустрія авторського права» та «економіка знань». Галузі креативних індустрій визначаються як сфери, які мають витoki в індивідуальній творчості; майстерність і талант яких мають потенціал для створення робочих місць і багатства через створення та експлуатацію інтелектуальної власності.*

*Визначено глобальний вплив пандемії COVID-19 на креативний сектор економіки та майбутні перспективи розвитку цієї галузі. Зауважимо, що цей сектор суттєво постраждав від постійних карантинних обмежень – знизилася прибутки та зменшилася кількість робочих місць. З іншого боку, закриті у приміщеннях упродовж двох років люди почали більше часу приділяти читанню книг, перегляду фільмів і користуванню Інтернетом. Це означає, що та частина креативних індустрій, яка функціонувала у цифровому середовищі, вийшла на новий рівень. Оскільки 2021 рік було оголошено Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку, то на цю сферу чекають нові управлінські рішення щодо перспектив розвитку після подолання наслідків пандемії. Пандемія значно вплинула на їх стійкість та функціонування, що стало важливим поштовхом до вдосконалення цієї галузі економіки. У креативний сектор залучатимуться більше державних інвестицій, відбуватиметься посилення державного підходу, адаптація креативних робіт та навчання до цифрового простору, створення нових можливостей для творчості.*

**Ключові слова:** *креативні індустрії, креативна економіка, світова економіка, Covid-19, інтелектуальна власність*

*The article clarifies the structure and features of creative industries, the role and economic importance of this sector in the world economy. The concept of creativity*

*as part of the economy became a topic of discussion in the 1990s, when terms such as «creative industries», «creative business sector», «cultural and communication industry», «copyright industry» and «knowledge economy» began to be used. The branches of creative industries are defined as areas that have origins in individual creativity; the skill and talent of which have the potential to create jobs and wealth through the creation and exploitation of intellectual property. T*

*The global impact of the COVID-19 pandemic on the creative sector of the economy and future prospects for the development of this industry have been determined. It should be noted that this sector has been significantly affected by the constant quarantine restrictions – profits have decreased by a decreased number of jobs. On the other hand, locked indoors for two years, people began to spend more time reading books, watching movies and using the Internet. This means that the part of the creative industries that functioned in the digital environment has reached a new, more advanced level. Since 2021 has been declared the International Year of The Creative Economy for Sustainable Development, new management decisions on development prospects are waiting for this area after overcoming the consequences of the pandemic. The pandemic has significantly affected their sustainability and functioning, which was an important impetus for the improvement of this sector of the economy. The creative sector will attract more public investment, there will be an increase in the state approach, adaptation of creative works and training to the digital space, creation of new opportunities for creativity.*

**Keywords:** *creative industries, creative economy, world economy, COVID-19, intellectual property*

**Постановка проблеми.** Світова економіка складається з різних секторів і галузей, які сприяють розвитку та добробуту людей. Сьогодні креативний сектор є не лише невід'ємною частиною багатьох національних економік, зокрема їх валового внутрішнього продукту, але й найбільш перспективною та прогресивною їх частиною [2]. Креативні індустрії як простір творчості сформувалися в господарстві порівняно недавно, однак з розвитком технологій культурно-творча галузь відразу ж перейшла до нового етапу розвитку. Зазначимо, що не існує єдиного трактування сутності цієї сфери: Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) визначає креативну економіку як синтез інтелекту, технологій та творчості, і тому вона не має чітких меж [3]. Галузь охоплює такі сфери, як реклама, архітектура, декоративно-прикладне мистецтво, дизайн, мода, кіно, відео, фотографія, музика, виконавське мистецтво, видавнича справа, дослідження та розробки, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, електронне видавництво та телебачення/радіо [3].

Креативну економіку слід розуміти не тільки як одну із сфер економіки, а насамперед як економічну діяльність творчих людей. Це також сектор творчості, мистецтва та культури, і порівняно з іншими галузями економіки, окрім при-

бутку, суб'єкти також здійснюють власну творчу самореалізацію, що ускладнює встановлення стандартів продукції [7].

Після пандемії COVID-19, зокрема у 2021 році, вплив креативних індустрій на світову економіку суттєво зріс. Зауважимо, що цей сектор суттєво постраждав від постійних карантинних обмежень – знизилися прибутки, зменшилася кількість робочих місць. З іншого боку, замкнені у приміщеннях упродовж двох років люди почали більше часу приділяти читанню книг, перегляду фільмів і користуванню Інтернетом – інакше кажучи, та частина креативних індустрій, яка функціонувала у цифровому середовищі, вийшла на новий, більш просунутий рівень. Оскільки 2021 рік оголошено Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку, то на цю сферу чекають нові управлінські рішення щодо перспектив розвитку після подолання наслідків пандемії [10].

*Аналіз останніх досліджень і публікацій* Креативні індустрії визначаються як такі, що мають відмінні характеристики від інших секторів економіки, що означає потребу в їх окремому вивченні. Кінцеві продукти креативних індустрій мають суб'єктивні ознаки, їх споживання залежить від особистих уподобань, що унеможливорює попередній прогноз економічного успіху. По-друге, учасники цих секторів отримують за свою продукцію негрошові винагороди, такі, як: творча самореалізація, що ускладнює регулювання або визначення якості, характеристик та кількості митців для виробників. По-третє, творчі предмети можуть мати необмежену різноманітність форм, а деякі з них потребують широкого спектру здібностей для виготовлення. Зрештою, серед креативних продюсерів існує широкий спектр талантів, що приводить до формування ієрархій [8].

Існує особливий спосіб функціонування креативної економіки. Творці виробляють товари для артринку, з'ясовуючи, що є цінним для споживачів і як створити значуще мистецтво з невеликими ресурсами. Художники, як правило, є розповсюджувачами, перетворюючи «свої особисті ідеали на грошовий прибуток, охоплюючи величезну кількість зацікавлених покупців», одночасно з тим, як творять свою роботу. Це може розширити можливості художників, надати їм більше можливостей для процвітання чи то завдяки технологічному прогресу та доступу до інструментів та обладнання, каналам розповсюдження та маркетингу, таким, як Spotify, Netflix та Etsy, або навіть через кількість часу, який люди можуть присвятити творчим пошукам сьогодні. Є різні покупці, як державні, так і приватні: музеї, художні галереї, місцеві підприємства, сім'ї та прихильники мистецтва [17].

Яка головна мета креативних індустрій? У ринковій економіці робота виробника полягає в тому, щоб з'ясувати, які товари та послуги є важливими для клієнтів, а потім з'ясувати, як виготовити їх за допомогою наявних ресурсів. Ми робимо можливим «ступінь індивідуалізму, якого ще не було в історії людства», беручи ці численні підприємства, підживлюючи їх інноваціями та інтегруючи їх в економіку [18].

Креативні індустрії – відносно нова галузь економіки порівняно з первинним та вторинним сектором економіки. Теодор В. Адорно, член видатної Франкфуртської школи, групи інтелектуальних вигнанців з нацистської Німеччини, придумав термін «індустрії культури» на початку 1940-х років. Адорно критикував «культурний бізнес» як засіб для корпоративних виробників здійснювати контроль зверху вниз, підриваючи будь-які очікування, що культура «спонтанно виникає з самих мас» із соціалістичної точки зору [13].

Концепція творчості як частини економіки стала предметом обговорення різних політик у 1990-х роках; саме тоді почали використовуватися такі терміни, як «креативні індустрії», «креативний бізнес-сектор», «культурна і комунікаційна індустрія», «індустрія авторського права» та «економіка знань». Додамо, що значення цих нових фраз є дискусійними і залежать від їх тлумачення [14].

Галузі креативних індустрій були визначені у Великій Британії як «ті галузі, які мають витoki в індивідуальній творчості; майстерність і талант яких мають потенціал для створення робочих місць і багатства через створення та експлуатацію інтелектуальної власності». За останні роки також були запроваджені та продискутовані такі концепції, як індустрія контенту та індустрія авторського права [19].

Починаючи з 1990-х років уряди багатьох країн впроваджують програми систематичного розвитку та популяризації культури, високотехнологічних секторів, розваг та інших креативних індустрій. Завдяки своїй інклюзивності та постіндустріальним якостям, зокрема таким, як гнучка організація, широке використання технологій та використання творчих і технічних здібностей людей, креативні індустрії становлять значний інтерес для дослідників бізнесу та менеджменту [17].

Упродовж останнього десятиліття у цифровому світі економіки, що заснована на послугах, виникли нові потреби щодо дизайну, текстів і музики, що поєднуються з ІТ-рішеннями. У постіндустріальній економіці послуг розвиток залежить від інновацій, що засновані навколо творчості.

Підсумовуючи, зазначимо, що креативні індустрії не слід розглядати лише як сектор чи сферу діяльності, оскільки вони існують у різноманітних формах, зокрема як творчі мережі, зв'язки, локації та події [13]. Креативна економіка зараз знаходиться на піку розвитку і продовжує здійснювати вплив на інші сфери світового господарства.

**Метою дослідження** є визначення основних викликів для розвитку креативних індустрій під час і після пандемії COVID-19. Для вирішення цієї проблеми потрібно розв'язати такі часткові завдання:

1. Визначити сутність креативних економік та умови їх виникнення і розвитку.
2. Проаналізувати особливості креативних індустрій порівняно з іншими сферами економіки у країнах Європи, Америки та Азії.
3. Визначити вплив пандемії COVID-19 на креативний сектор економіки країн.



4. Систематизувати перспективи розвитку креативних індустрій у світовому господарстві.

**Результати дослідження.** З економічної точки зору існує чотири моделі розвитку креативних індустрій, а саме: модель добробуту, модель конкуренції, модель зростання та модель інновацій.

У моделі добробуту передбачається, що креативні індустрії мають негативний вплив на економіку, оскільки споживають більше ресурсів, ніж виробляють. Динамічно еквівалентне твердження полягає в тому, що темпи зростання загальної факторної продуктивності менші в креативних індустріях, аніж в інших секторах. У цій моделі креативні індустрії є, по суті, сектором «заслуги», який виробляє культурні товари, що підвищують добробут, але економічно життєздатні лише за умови передачі ресурсів з інших секторів економіки [16].

Модель конкуренції припускає, що креативні індустрії не є ознакою економічного відставання або постачальниками особливих товарів вищого морального значення, а фактично «просто іншою індустрією»: по суті, індустрією розваг або відпочинку. Ця модель передбачає, що вплив на зростання є нейтральним, оскільки креативні індустрії сукупно будуть робити внесок у технологічні зміни, інновації або зростання продуктивності не більше й не менше, аніж середній внесок інших секторів. Ознакою цієї моделі є еквівалентність економічних показників креативних індустрій із показниками всієї економіки у вигляді доказів нормальної конкуренції та підприємництва. Для більш просунутих креативних індустрій, таких, як кіно, телебачення та видавництво, це загалом вірно, оскільки домінуючі фірми в цих секторах досягли відносної стабільності та консолідації протягом кількох десятиліть. Проте існує багато нових медіа, які не відповідають цій моделі, і це є основою третьої моделі, в якій креативні індустрії сприяють економічному зростанню [16].

Модель зростання чітко пропонує позитивну економічну залежність між зростанням креативних індустрій і загальним зростанням економіки. У цій моделі креативні індустрії є «рушієм» зростання так само, як колись було сільське господарство. У 20-му столітті піком індустріального виробництва були 1950-60-ті роки, а інформаційно-комунікаційних технологій – 1980-90-ті роки. Існує багато можливих пояснень того, що креативні індустрії впроваджують нові ідеї в економіку, які потім проникають в інші сектори (наприклад, інновації, керовані дизайном), або що креативні індустрії сприяють новим ідеям чи технологіям в інших секторах [16].

Модель інновацій гіпотезує взаємозв'язок між креативними індустріями та рештою економіки по-іншому. Він заснований на сучасній інноваційній літературі, створеній у традиціях Шумпетера і популярній у літературі з бізнесу та побудови стратегій. Таким чином, четверта модель вимагає спостереження за поточними структурними змінами та реконсолідацією в усій економіці, а також пояс-

нення цих тенденцій як результату діяльності креативних індустрій. Це, безсумнівно, важко перевірити, але ця динамічна відмінність між процесами зростання (модель 3) та еволюційними процесами (модель 4) є важливою, оскільки має радикальний політичний підтекст, а саме можливість зміни політики - від економічної взаємодії з поваги до добробуту на відміну від економічного залучення до інновацій [16].

Модель 4 схожа на модель 1 зокрема тим, що це та сама модель, що пропонується для пояснення впливу науки, освіти та технологій у національних системах інноваційного типу. З цієї точки зору креативні індустрії народжують і координують зміни у базисі економіки. Як результат, вони мають вирішальне, а не маргінальне політичне значення [16]. Отже, існують 4 підходи до аналізу розвитку та функціонування креативних індустрій, які у теоретичному вимірі конкурують між собою у науковому дискурсі.

Що стосується глобального впливу креативних індустрій, то протягом останнього десятиліття їх значення у світовій економіці зросло. Ця галузь має значний вплив на суспільне та культурне життя людей [12]. Крім того, за прогнозами креативні індустрії становитимуть трохи більше 6,1 відсотка світового ВВП, що становить у середньому від 2 до 7% національного ВВП у різних країнах світу [4; 18]. Щоб проілюструвати цей тип економіки, варто розглянути дослідження, спільно представлене ЮНЕСКО та Міжнародною конфедерацією товариств авторів і композиторів (див. рис. 1). Були досліджені 11 секторів культури та креативних індустрій у Європі, Північній Америці, Латинській Америці, Африці, на Близькому Сході та в Південно-Тихоокеанському регіоні. Зокрема були вивчені такі сектори креативних індустрій: телебачення, візуальні мистецтва, видання газет та журналів, реклама, архітектура, книги, мистецтво, ігри, фільми, музика та радіо [17].



Рис 1. Глобальні внески креативних індустрій за секторами у 2015 р.

Джерело: [17]

Загальний дохід, отриманий 11 секторами культури, становив 2250 мільярдів доларів (3 відсотки світового ВВП). Телебачення (477 мільярдів доларів), газети та журнали (354 мільярди доларів) і візуальне мистецтво (391 мільярд доларів) отримали найбільші доходи. Творчі індустрії принесли більше доходів, аніж телекомунікаційні послуги (1570 мільярдів доларів у всьому світі), і навіть більше, ніж весь ВВП Індії (1900 мільярдів доларів) [17]. Жінки становлять більше половини цих робочих місць, і в цих галузях працює більше людей у віці від 15 до 29 років, аніж у будь-яких інших. З точки зору доходів телебачення та візуальне мистецтво є найбільш прибутковими секторами креативної економіки, тоді як візуальне мистецтво та музика охоплюють найбільше людей [18].

Отже, креативні індустрії становлять важливу частину світового господарства, яка активно розвивається. Однак ведуться дискусії щодо самого визначення креативної економіки та її економічного функціонування, що відображається в різних моделях розвитку цього креативного сектору.

Пандемія COVID-19 стала непередбачуваним фактором, який докорінно змінив спосіб життя мільйонів людей, а також суттєво вплинув на різні сфери суспільства. Зокрема COVID-19 та карантинні заходи по всій країні суттєво змінили роботу багатьох людей. Індустрія культури та творчості зазнала особливих змін та збитків: до 2020 року в усьому світі було втрачено 10 мільйонів робочих місць [1]. Культурні та креативні індустрії, поряд з туризмом, найбільш постраждали від нинішньої кризи: втрати робочих місць становлять від 0,8 до 5,5 відсотка від загальної кількості зайнятих у країнах Організації економічного співробітництва та розвитку [5].

Політика соціального дистанціювання має найбільший вплив на індустрію, що базується на так званих «фізичних» місцях (музеї, виконавське мистецтво, жива музика, фестивалі, кіно тощо). Раптове зниження доходів поставило їх фінансову стабільність під загрозу, що призвело до зменшення заробітної плати та зростання кількості звільнень працівників. Це вплинуло на їх спроможність створювати цінності для постачальників: не лише творчих, але й нетворчих. Деякі культурні та креативні індустрії виграли від збільшення попиту на потокове передавання культурного контенту під час карантину, наприклад платформи онлайн-контенту, хоча переваги здебільшого дісталися більшим компаніям [5].

Почати варто з того, що доходи багатьох креативних індустрій знизилися протягом першого року пандемії, тобто у 2020 році. Наприклад, у Великій Британії у 8 галузях креативної економіки, таких, як кіноіндустрія, музика, дизайн, маркетинг та реклама, архітектура, музеї та галереї тощо, обіг грошей та товарів знизився від 18 до 43 відсотків (табл. 1).

### Загальні втрати грошового та товарного обороту в креативних індустріях Великобританії у 2020 році порівняно з 2019 роком, %

Галузь креативної економіки	Зниження товарного та грошового обігу в 2020 році
Фільми, телебачення, відео, радіо та фотографія	-43
Музика та мистецтво	-41
Ремесла	-40
Дизайн: продуктів, моди та графічний	-44
Реклама та маркетинг	-33
Видавнича справа	-30
Музеї, галереї та бібліотеки	-34
Архітектура	-18

Джерело: [11]

На рисунку 2 представлено втрати валової доданої вартості (ВДВ) у 2020 році. У глобальному масштабі ВДВ креативних індустрій знизився майже на 750 мільярдів доларів у 2020 році порівняно з 2019 роком. Щоб зрозуміти контекст розрахунку, розглянемо наступне: 750 мільярдів доларів США – це більше, ніж загальний номінальний ВВП, зафіксований у багатьох країнах світу, включно в Польщі, Таїланді та Об'єднаних Арабських Еміратах, і становить приблизно 1% світового номінального ВВП у 2019 році [15].

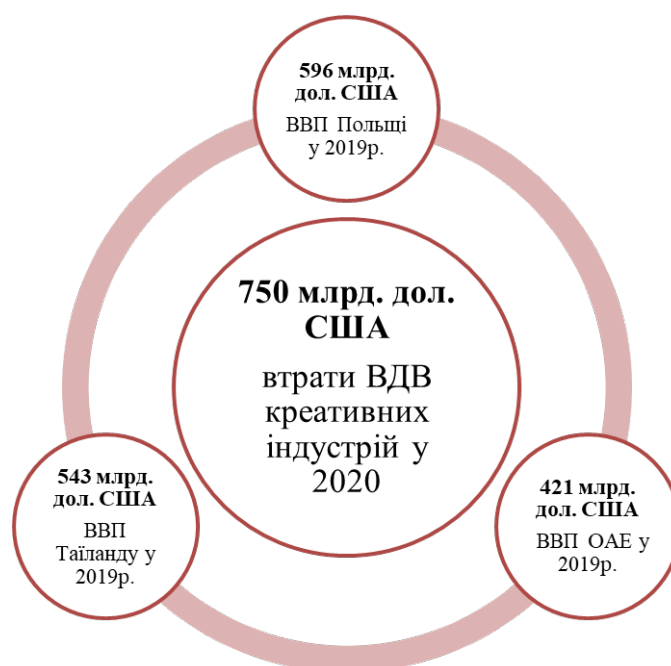


Рис. 2. Оцінка глобальних втрат ВДВ креативних індустрій у 2020р. порівняно з ВВП Польщі, Таїланду та ОАЕ у 2019 р.

Джерело: [15]



Хоча ця втрата все ще незначна порівняно із загальним світовим виробництвом, вона означає значне падіння економічного внеску культурних і креативних індустрій, а також їх здатності підтримувати культурно та соціально значущі результати в усьому світі [15].

За нашими оцінками, внесок культурної та креативної індустрії до глобального ВДВ/ВВП у 2019 році становив 3,4 трильйона доларів, отже, скорочення на 750 мільярдів доларів США свідчить про зниження світового внеску індустрій у світовий ВДВ/ВВП на 21%. Ця сума здається достовірною, яка, у будь-якому разі, занижує реальний вплив, оскільки не враховані непрямі наслідки проблеми COVID-19 для культурного та творчого секторів (включно з іншими особами і підприємствами в ланцюгах постачання та створення вартості [15].

За критерієм втрати робочих місць креативні галузі також постраждали. У 2020 році прогнозоване зниження ВДВ ТПП у всьому світі на 750 мільярдів доларів призвело до втрати понад 10 мільйонів робочих місць у ТПП у всьому світі. Хоча це консервативна оцінка, вона все ж свідчить про значне скорочення людського капіталу світового культурного та креативного секторів [15].

Тенденції зайнятості часто пов'язані з тенденціями доходів, незважаючи на той факт, що зайнятість іноді називають «показником відставання», оскільки приріст або втрата доходу спочатку спостерігається у доходах, що згодом може призвести до вибору найму чи звільнення. Однак очевидно, що втрата робочих місць у культурному та творчому секторах проявилася протягом пандемії — надзвичайно високі втрати робочих місць у цих сферах були зафіксовані вже навесні 2020 року у невеликій кількості країн, для яких були доступні статистичні дані. Ці падіння коливалися від найвищих 55 відсотків на Філіппінах до найнижчого рівня в 13 відсотків у Новій Зеландії [15].

Важливо позначити, які зміни в підгалузі галузі культури відбулися під час пандемії COVID-19:

1. *Музеї.* За оцінками, три з п'яти музеїв у Європі у квітні 2020 року втрачали «в середньому 20 300 євро на тиждень через закриття та призупинення подорожей» (від 75 до 80 відсотків). Більші музеї, а також ті, що розташовані в туристичних місцях, повідомили про більші втрати.
2. *Виконавське мистецтво та музика.* Згідно з дослідженнями, проведеними у Сполучених Штатах Америки, артисти та виконавці зустрілися з високим рівнем безробіття вже в перший рік пандемії. У вересні 2020 року рівень безробіття в США становив 8,5 відсотка, тоді як для танцівників він сягнув 55 відсотків, акторів - 52 відсотки і музикантів - 27 відсотків.
3. *Образотворче мистецтво.* У 2020 році американські художники втратили у середньому 21 500 доларів США доходу від творчості (50,6 мільярда доларів США по всій країні).

4. *Книги.* Підраховано, що світовий книжковий ринок скоротився з 92,8 мільярда доларів у 2019 році до 85,9 мільярда доларів у 2020 році як результат закриття книжкових магазинів.
5. *Аудіовізуальні та інтерактивні медіа.* У середині березня 2020 року глобальні втрати касових зборів у кіно становили понад 5 мільярдів доларів, а ще до цього відбулося закриття 70 000 кінотеатрів у Китаї. Показники касових зборів у серпні 2020 року у США вказували на зниження доходів на 76 відсотків порівняно з 2019 роком. До кінця травня ця втрата зросла до 17 мільярдів доларів.
6. *Дизайнерські та креативні послуги.* Організаціями зі збору та аналізу статистичних даних було повідомлено уряди Італії та Іспанії вже у липні 2020 року, що ситуація з COVID-19 може вплинути на зменшення продажів у секторі моди на 35-40% до кінця 2020 року [15].

Аналіз креативного ринку під час пандемії довів, що галузь зазнала значних збитків. Отже, важливо розглянути, які механізми можна використати для подолання наслідків та покращення перспектив креативної економіки.

Пандемія COVID-19 найбільше вплинула саме на креативні галузі поміж інших секторів економіки. Під час карантину було визнано, що вони відіграють значну роль і вносять значний внесок у наше життя. Тому не секрет, чому Генеральна Асамблея ООН назвала 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку [10].

Оскільки сектор креативних індустрій є важливим центром змін для передачі культурних, соціальних і політичних цінностей, цілей та амбіцій, виробники та споживачі мають тенденцію адаптуватися разом із соціальними та економічними змінами. Це не означає, що ті, хто працює в креативному секторі, більше усвідомлюють або здатні прийняти або навіть висловити зміну культурних, соціальних і політичних цінностей, переконань та амбіцій. Насправді галузь креативної економіки виконує насамперед роль основного центру комунікації та представництва для цих змін [9].

Криза надала культурним та креативним галузям унікальний поштовх до переосмислення існуючих структур і практик, експериментування з альтернативними підходами, часто в (між- та внутрішньогалузевому) партнерстві з новими партнерами. Коли звичайні операції були припинені, багато співробітників та організацій швидко запровадили нові методи ведення бізнесу: або в Інтернеті, або шляхом переосмислення своєї взаємодії з аудиторією за допомогою винахідливого використання громадських місць [1].

У дослідженні ЮНЕСКО надано різноманітні рекомендації для кращого виявлення та захисту інтересів митців і працівників культури. Вони поділяються на чотири категорії: збільшення державних інвестицій, розробка загальнодержав-

ної стратегії, формування більших можливостей для працевлаштування та поліпшення використання даних [1].

По-перше, необхідними є державні інвестиції в креативну економіку, а також значні інвестиції в технології, які дозволяють та підтримують «дистанційну» доставку товарів і послуг креативних індустрій, що часто передбачають застосування передових технологій [1; 9]. За даними ЮНЕСКО, культурні та креативні галузі становлять 3,1 відсотка світового ВВП і 6,2 відсотка робочих місць, таким чином виконуючи функцію «критичних інвестицій для економічного зростання». Згідно із здійсненими дослідженнями, державні інвестиції в культуру, з іншого боку, приносять прибуток не раніше, аніж через десятиліття. Саме тому потрібними є цільові методи інвестування, зокрема у співпраці з громадськими ЗМІ, насамперед для розробки різноманітного спектру контенту [1].

По-друге, необхідним є впровадження державного підходу до регулювання креативних індустрій. Потрібними є бюджетні асигнування на культуру для публічних установ, а також розширене стратегічне планування міжнародного та національного рівнів [1].

По-третє, через зростання безробіття під час пандемії важливо створити нові можливості для творчості. Стверджується, що існує невідповідність між освітою, навчанням і можливостями роботи, і що дуже важливо, щоб творчі таланти мали можливість для навчання у молодому віці. Для культурного та креативного секторів адаптація до цифрового світу залишається проблематичною, тому майбутнє покоління креативних особистостей повинні будуть навчатися цим технологіям, щоб зростати [1].

Остання рекомендація ЮНЕСКО полягає у застосуванні активного підходу до кращого використання даних. Збір даних і обмін даними можуть допомогти не тільки у виборі законодавчого акта щодо певної культурної сфери, але й у працевлаштуванні, виплаті роялті та визначенні освітніх вимог. Бази даних художників і практиків творчого мистецтва, дані про гонорари та авторські права, зайнятість у сфері культури, їх внесок у ВВП – це основні прогалини даних, які потрібно заповнити [1].

Як відомо, Порядок денний сталого розвитку до 2030 року, який складається з 17 цілей сталого розвитку, є основним планом дій для держав-членів ООН, які дотримуються стратегії сталого розвитку. Порядок денний до 2030 року вперше підкреслює важливу роль культури, мистецтва та інновацій у досягненні цілей сталого розвитку [1]. На рисунку 3 представлені основні галузі розвитку креативних індустрій.

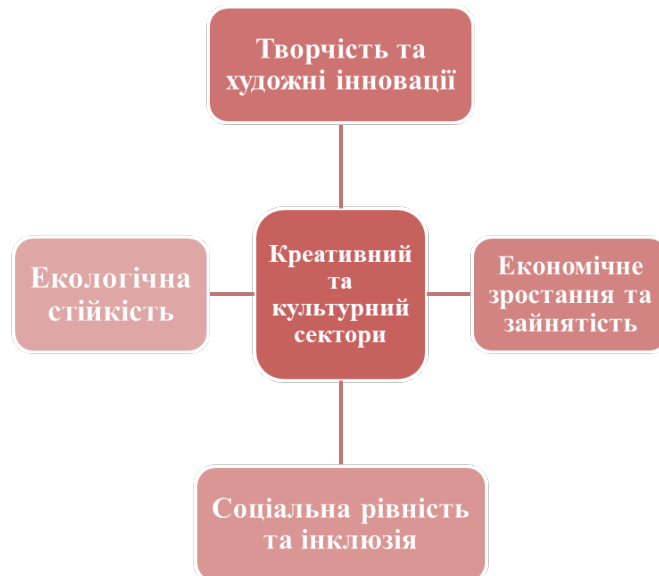


Рис. 3. Креативні індустрії як рушійний фактор сталого розвитку у плані ООН до 2030 р.

Джерело: [1]

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** З огляду на викладене вище, цілі сталого розвитку до 2030 року вважаються орієнтиром для керівництва креативних індустрій та політиків на етапі переходу до сталої трансформації. Вони відображають набір ідеалів, цілей і планів, які ставлять під сумнів поточний нежиттєздатний статус-кво і відкривають шлях для консолідації більш стійких експериментів у сфері творчості та базнесу. Крім того, вони встановлюють чіткі, узгоджені на міжнародному рівні цілі та мобілізують кожну особу, організацію, сектор та установу, щоб зробити свій внесок [1].

Отже, можна зробити висновок, що креативні індустрії мають великі перспективи розвитку й будуть пріоритетом для таких організацій, як ООН та уряди. Пандемія значно вплинула на їх стійкість та функціонування, що стало важливим поштовхом до вдосконалення цієї галузі економіки. У креативний сектор залучатимуться більше державних інвестицій, відбудуватиметься посилення державного підходу, адаптація креативних робіт та навчання до цифрового простору, створення нових можливостей для творчості, актуалізація збору даних тощо.

## REFERENCES

1. Amann S. and Heinsius J. Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, IDEA Consult, Goethe-Institut, 2021, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL\\_STU\(2021\)652242\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf). Accessed April 2, 2022.
2. Bateman, K. COVID-19 hit the creative industries particularly hard. How can they be supported in the future? World economic forum, 2022, <https://www.weforum.org/agenda/2022/02/creatives-job-losses-covid-employment>. Accessed March 30, 2022.

3. Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries. UNCTAD, 2018, <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>. Accessed April 21, 2022.
4. Creative Economy Programme, UNCTAD. <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>. Accessed April 7, 2022.
5. Creative Industries and Development, UNCTAD – 2004, [https://unctad.org/system/files/official-document/tdxibpd13\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tdxibpd13_en.pdf). Accessed April 8, 2022.
6. Culture Shock: COVID-19 and the Cultural and Creative Sectors, OECD, 2020, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e>. Accessed April 21, 2022.
7. Fischer V. Die „Creative Economy” - Kreative Berufe als Chance für die Wirtschaft / München, GRIN Verlag, <https://www.grin.com/document/60357>. Accessed April 6, 2022.
8. Friedman, W.A., Jones, G. Creative Industries in History, *The Business History Review*, 2011. 85(2), p. 237–244.
9. Harper, G. Creative industries beyond COVID-19, *Creative Industries Journal*, 2020. 13(2), p. 93-94.
10. International Year of Creative Economy for Sustainable Development, UNESCO, Dhaka. 2021, <https://en.unesco.org/news/international-year-creative-economy-sustainable-development>. Accessed April 20, 2022.
11. Johnston R., Hogg R., McCausland G., Callan G. Employment vulnerabilities in the Arts, Creative, Culture and Heritage Industries as a Result of COVID-19, Ulster University, 2020, [https://www.ulster.ac.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0004/683077/COVID-19-and-the-Arts-Culture-and-Heritage-sectors-16-October-2020-published-version.pdf](https://www.ulster.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0004/683077/COVID-19-and-the-Arts-Culture-and-Heritage-sectors-16-October-2020-published-version.pdf). Accessed April 21, 2022.
12. Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., Belitski, M. The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda, *Journal of business research*, 2022, p. 1192–1210.
13. Moore D. *Design Concepts Ser.: Design and Creative Process*, Delamr Cengage Learning, 2006, 256 p.
14. Moore, I. Cultural and Creative Industries Concept – A Historical Perspective, *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, 2014, p. 738-746.
15. Naylor, R., Jonathan, T., Moretto, M., Rossella, T. Cultural and creative industries in the face of COVID-19: an economic impact outlook, UNESCO, 2021, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863>. Accessed April 21, 2022.
16. Potts, J., Cunningham, S. Four models of the creative industries, *Revue d'économie politique*, 2010, p. 163-180.
17. Santiago, J. What is creativity to the world economy? World Economic Forum, <https://www.weforum.org/agenda/2015/12/creative-industries-worth-world-economy>. Accessed April 19, 2022.
18. The Creative Economy, The Policy Circle, <https://www.thepolicycircle.org/minibrief/the-creative-economy>. Accessed April 21, 2022.
19. What do we Mean by Cultural and Creative Industries? UNESCO, <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>. Accessed April 8, 2022.