

3. Аналіз бізнесу України в умовах воєнного стану. Новини Київської ТПП. Офіційний сайт, URL: <https://kiev-chamber.org.ua/uk/17/2777.html>, (дата звернення 11.01.23 р.).

4. Бізнес в умовах війни: дослідження Європейської Бізнес Асоціації. Березень-жовтень 2022 р. Офіційний сайт, URL: <https://profpressa.com/news/biznes-pid-chas-viini>, (дата звернення 11.01.23 р.).

КРЕАТИВНА ІНДУСТРІЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. В. ГОДОВАНІЮК, викладач

ВСП Кам'янець-Подільський фаховий коледж

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

AlyonaGod2017@gmail.com

К. В. ГОНЧАРУК, студентка

Київська муніципальна академія естрадного та циркового мистецтва

karinagoncaruk454@gmail.com

Воєнні часи різко обмежують можливості креативної індустрії через особливі вимоги до них. Необхідно, щоб креативний бізнес не був прив'язаний до конкретного місця, тому що в умовах війни завжди може знадобитися переїзд. І в період війни креативна індустрія постраждала від відтоку талановитих людей, зменшення фінансування, падіння попиту на культурні продукти і послуги та негативного впливу порушених ланцюжків поставок. Державні кошти, що виділялись на культуру в мирний час в умовах сьогодення спрямовані на підтримку Збройних сил України. Але, варто зазначити, що креативна індустрія може стати основним механізмом повоєнного відновлення України.

Велика кількість бізнесменів продовжують працювати, експортувати креативний продукт і підтримувати економіку держави. Творчі спеціалісти організували чимало волонтерських ініціатив, допомагаючи армії, мирним жителям звільнених від окупації територій та внутрішньо переміщеним особам. Налагодження ефективної взаємодії з діячами культури в цих надскладних умовах потребує глибокого розуміння їхнього внутрішнього стану та особливостей реагування на виклики [1, с. 54].

Повномасштабне вторгнення рф на територію України призвело до відтоку талантів, занепаду економіки, зниження платоспроможності громадян. Дана ситуація однозначно активізувала вихід творчих людей на

ринки Америки, Європи, Азії і Близького Сходу, чому сприяє географічне розповсюдження українців. Згідно із дослідженням Українського культурного фонду (УКФ), біля 20% представників культурних і креативних індустрій зараз перебувають за кордоном [3]. А сама креативна індустрія України за період воєнних дій на нашій території скоротилася на 40%. Приміром, 37% зайнятих у креативних індустріях втратили роботу або залишилися без зарплати в процесі війни; 39% креативних компаній спостерігають падіння замовлень і продажів; у 1/4 креативних компаній падіння продажів становить понад 90%. І, на жаль, враховуючи той факт, що війна на території України триває, можна і далі очікувати на зростання даного показника.

Креативні індустрії стикаються з порушеними ланцюжками попиту та пропозиції, скороченням внутрішніх і зовнішніх замовлень через ситуацію з безпекою, втратою робочих місць, збитком виробничих потужностей, відтоком персоналу за кордон і зниженням якості освіти в цій галузі [2, с. 24].

У довоєнній Україні ця галузь оцінювалась в 4% ВВП у вузькому розумінні (загальний показник всієї креативної економіки становив 7,5% ВВП). Чисельність працівників оцінювалась в 0,35 млн. осіб. Це одна з небагатьох галузей, де за останні роки кількість робочих місць зростає.

Закордонні компаньйони та журналісти неодноразово звертались до людей культури та креативу, щоб використати чітко визначені наративи та отримати уявлення про те, що відбувається в Україні у конкретний період.

За перші пів року увага іноземної аудиторії була прикута до проєктів, створених українцями. Зараз є актуальним питанням, як перетворити ажіотаж навколо війни на системну співпрацю. Місія креативної галузі полягає в тому, щоб розповісти іноземцям про талановиту і прогресивну країну, яка асоціювалась б не тільки з війною. Крім того, креативні індустрії, які зараз працюють з іноземними партнерами, можуть позитивно вплинути на загальний бізнес-клімат країни, а також на її привабливість для ведення бізнесу.

Велика кількість фахівців, що втратили роботу через війну, зараз шукають спосіб працювати віддалено, часто пов'язуючи свою майбутню кар'єру з креативними індустріями: цифровий дизайн, ІТ, діджитал-маркетинг, SMM тощо. Сьогодні на стику старих галузей виникають нові, як-от мистецтво реабілітації чи цифрові технології в хореографії. Інвестори все частіше підтримують такі проєкти, але прикладів успішної міжгалузевої співпраці все ще надто мало.

Під час повномасштабної війни онлайн-комунікацій різко зросли і витіснили офлайн-мережі. Але через втому від постійного потоку інформації користувачі Інтернету часто ігнорують повідомлення від незнайомих людей. Отже, щоб налагодити нові контакти, необхідно брати участь у ситуативних або постійних онлайн-заходах для діячів різнопланових креативних індустрій [3].

Незважаючи на загальну економічну кризу, все ще потрібні компетентні працівники. Однак компанії часто не можуть заповнити вакансії, оскільки існує значний розрив між необхідними та наявними спеціалістами. Тому важливо розуміти, яких навичок зараз не вистачає на ринку креативних індустрій і де їх отримати, а також інвестувати у свою освіту.

Мультидисциплінарність дуже цінується в креативних індустріях: ринок праці все більше вимагає фахівців, які можуть успішно поєднувати різні навички. Це дає можливість працювати на стику між різними сферами та швидше пристосуватися до змін. Тому нині треба розвиватися зразу в кількох напрямках і використовувати ці знання в роботі.

Зараз українські творчі люди активно підтримують боротьбу з росією економічно та беруть участь у волонтерській діяльності. Але необхідно вірно розпоряджатися своїм часом і ресурсами, тому що волонтерство та благодійність вимагають зобов'язання протягом тривалого часу.

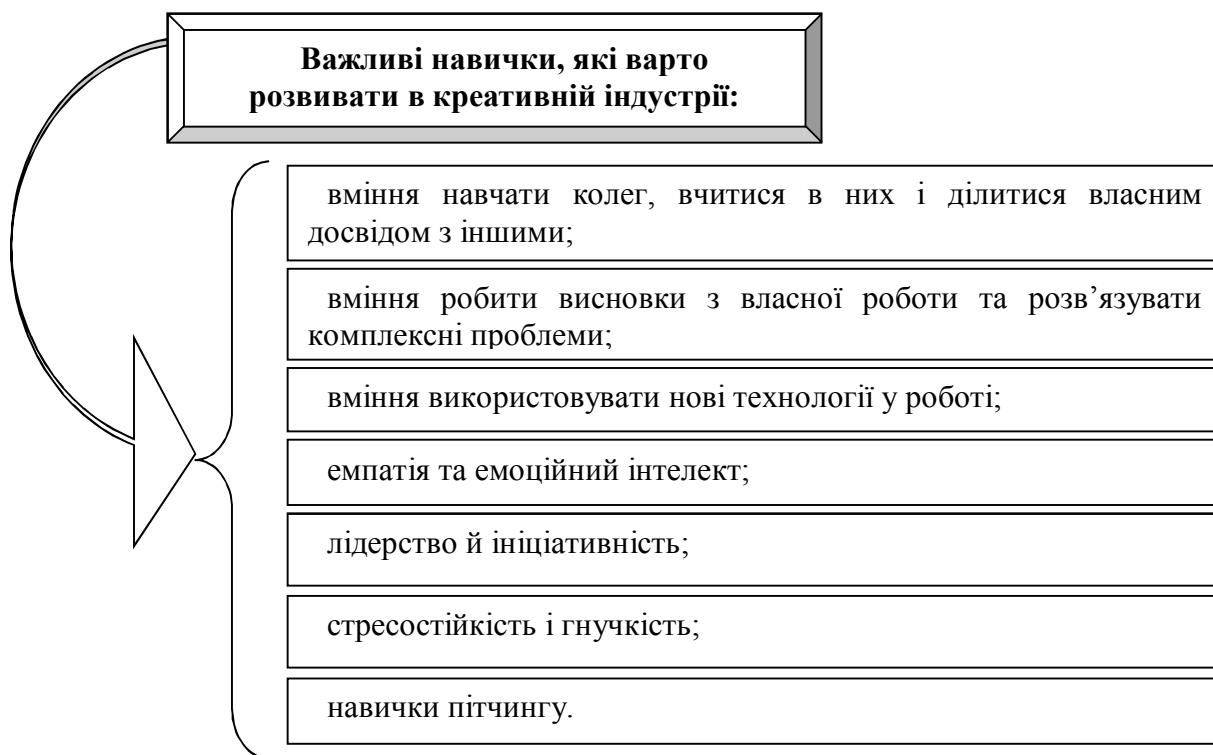


Рис. 1 – Навички, які необхідні для роботи в креативній індустрії

Необхідно виділяти частину часу на благодійність, щоб вона була стабільною, але без шкоди для благодійника. Те ж саме стосується часу волонтерських ініціатив: краще приділяти цьому третину свого часу, але регулярно, аніж швидко виснажуватися на піку навантаження й взагалі кидати волонтерство.

Список літературних джерел:

1. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. 2019 р. 111 с. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>

2. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Електронне видання. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.

3. Стан культури та креативних індустрій під час війни - результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. Український культурний фонд (12.08.2022). URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022>

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВОЄННОГО ЕКОЦИДУ В УКРАЇНІ

А. І. МАРЕНИЧ, канд. екон. наук, доцент

Черкаський державний бізнес-коледж

e-mail: marenychai@gmail.com

Н. М. ТРЕТЯК, канд. екон. наук, доцент

ТВСП «Черкаське навчально-наукове відділення» Львівського національного університету імені Івана Франка

e-mail: natali_m2008@ukr.net

Н. Б. ХЛІСБНІКОВА, канд. техн. наук

Черкаський державний бізнес-коледж

e-mail: khliebnikovanb@gmail.com

Нагальною проблемою ХХІ століття є екологічна безпека. Сьогоденність характеризується швидким науково-технічним прогресом, що з однієї сторони намагається задовольнити зростаючі потреби людства, а з другої – підвищує рівень екологічної небезпеки та руйнує навколишнє середовище. І це має відбиток не тільки на екологію країни, а й здійснює значний вплив на економіку країни, оскільки рівень екології прямо пропорційно впливає на економічні показники діяльності окремої країни.