

Отже, забезпечення ефективної крос-культурної комунікації у сучасному бізнесі є одним з важливих завдань для успішної роботи українських підприємств. Налагодження міжкультурних відносин з іншими країнами та навчання вітчизняних спеціалістів ефективним методам крос-культурної комунікації забезпечить стабільний розвиток національної економіки, зміцнення міжнародних партнерських відносин та підвищення престижу України на світовій арені.

Список використаних джерел:

1. Прохорова В. В. Культура безпеки розвитку – культура комунікаціонування як основа інтелектуалізації управлінського процесу / В. В. Прохорова, С. А. Мушнікова // Проблеми економіки. – 2019. – № 4 (42). – С. 142-148.

2. Ареф'єва О. В. Крос-культурний менеджмент як детермінанта формування конкурентоспроможності підприємства / О. В. Ареф'єва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – Вип. 20(1). – С. 19-22.

Маршавін О.Ю., аспірант

Науковий керівник: д.н., проф., Петрова І.Л.

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ: ЗНАЧЕННЯ У ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ

На сьогодні економіка України зазнає катастрофічних втрат в наслідок військової агресії з боку Російської Федерації. Так, згідно повідомлення Міністерства економіки України, падіння ВВП за підсумком 2022 року оцінюється на рівні 30,4% [$\pm 2\%$] при рівні інфляції близько 30% [1]. Згідно результатів статистичних досліджень та опитувань представників бізнесу, за підсумком 2022 року 26,5% підприємств повністю або майже повністю зупинили роботу [2]. Це значно нижче за показник червня 2022 року, що склав 46,8%, проте все ще надзвичайно багато.

Однією з найбільших постраждалих галузей економіки у 2022 році стала металургія, яка завжди була ключовим сектором української економіки та, зокрема, експорту. Частка втрат активів даної галузі склала від однієї до двох третин, оскільки більшість українських металургійних підприємств розташовані на сході та півдні країни. Виробництво металургійної продукції скоротилося на 70%, а її експорт зменшився на 62% у порівнянні з 2021 роком. Значних втрат зазнав і сільськогосподарський сектор, що є другим потужним локомотивом української економіки. Так, за даними Українського клубу аграрного бізнесу, виробництво

зернових культур за результатами 2022 року скоротилося на 37%, а олійних культур – на 24% у порівнянні з 2021 роком. Надзвичайних втрат зазнав також енергетичний сектор країни, що відобразилося на всіх сферах економічного життя.

Такі значні проблеми у сфері бізнесу не могли не відобразитися на стані національного ринку праці. Оцінки фактичної кількості безробітних дуже різняться. Наразі немає точної статистики ані щодо кількісного та якісного складу закритих підприємств, ані щодо кількості осіб, що стали вимушеними переселенцями за межі України, ані щодо примусово переміщених в Російську федерацію працездатних осіб тощо. Тому вирахувати реальний рівень безробіття в країні надзвичайно важко. Проте, все ж таки ми можемо розглянути деякі оцінки. Так, Мінекономіки оцінює кількість безробітних у 2,6 млн. осіб, без урахування людей, що перебувають за кордоном або на тимчасово окупованих територіях. Міжнародна організація праці, станом на листопад 2022 року, передбачала, що зайнятість у 2022 році буде на 15,5 відсотка (2,4 мільйона робочих місць) нижче рівня 2021 року [3]. Київська школа економіки надає оцінку числа безробітних у 3,2-3,8 мільйонів, проте це число враховує тих, хто виїхав за кордон, переселенців з окупованих територій та зон боїв. В свою чергу, в інфляційному звіті Національного банку України за 2022 рік подається оцінка кількості безробітних у 2,9-3,2 млн. осіб, без урахування тих, хто виїхав з країни. І, хоча ми можемо говорити, що такі оцінки є дещо завищеними та досить не точними, також враховуючи, що не всі хто втратив роботу є безробітними, наведені розрахунки дають зрозуміти масштаб проблеми, з якою стикнувся вітчизняний ринок праці.

Нажаль, все це – лише частина тієї невтішної статистики, що маємо за підсумками 2022 року. Проте, її більше ніж достатньо, щоб окреслити стан економіки, з яким ми увійшли у воєнний 2023 рік. І, хоча ще дуже завчасно казати про завершення війни, ми вже маємо обмірковувати інструментарій, що дозволить якнайшвидше відновити українську економіку у повоєнний час.

Відновлення таких галузей, як виробничий сектор чи металургія є завданням хоч і вкрай важливим, проте досить довготривалим, та потребує надвеликих ресурсних та фінансових вкладень. Треба зазначити, що значну частину зруйнованих та пошкоджених виробництв ефективніше буде побудувати заново з повним переоснащенням, ніж відновлювати. Так само, відновити повноцінну роботу аграрного сектора у короткі терміни буде неможливо через надзвичайно високий рівень забрудненості земель у постраждалих регіонах півдня та сходу, спричинений бойовими діями.

Отже, щоб побачити швидкий економічний та соціальний ефект, треба зосередити увагу на тих галузях економіки, що не потребують значної ресурсної бази, а базуються саме на людському капіталі. В такому розрізі стають очевидними переваги галузей креативної економіки, які здебільшого не потребують великих

капіталовкладень, проте спроможні продукувати велику додану вартість. Зазначимо, що до представників даної галузі відносяться переважно підприємства малого та мікро-бізнесу, а також частково представники середнього бізнесу. За даними Державної служби статистики України за 2021 рік, на МСП припадало 65,7% загального обсягу реалізованих товарів та послуг та 81,5% зайнятих працівників. З них на малі та мікропідприємства, включаючи ФОП-ів, припадало 26,3% та 48,3% відповідно [4]. Саме такі підприємства роблять надзвичайно великий вклад у нормалізацію повсякденного життя та психологічного клімату в країні, адже вони є вкрай адаптивними під сьогоденні потреби ринку та «завжди на видноті».

У дослідженні «Креативна економіка – нова економічна епоха XXI ст.» від Центру розвитку креативної економіки, ГО GoLocal та CMD Ukraine, наводяться цікаві дані щодо розвитку креативної економіки (КЕ) та креативних індустрій (КІ) в Україні. Так, станом на 2019 рік частка креативної економіки та креативних індустрій у сукупній зайнятості становила 5,51% та 2,12% відповідно, при частці у сукупних капітальних інвестиціях у 4,82% та 1,46%. При цьому частка КЕ та КІ у валовій доданій вартості у 2019 році становила 7,56% та 3,43% відповідно [5]. За даними Європейської комісії, у 2019 році креативні індустрії забезпечували більше 7 мільйонів робочих місць в Європейському Союзі, що становить близько 3,5% від загальної зайнятості в ЄС, при цьому частка цього сектору у ВВП склала 4,5%. З приведених даних можна зробити висновок, що креативна економіка продукує відносно велику додану вартість при відносно малому рівні капітальних інвестицій, при цьому продуктивність працівників цих галузей більша за середній рівень. Отже, КЕ та КІ є ефективним рушієм розбудови економіки країни, особливо - у важкий післявоєнний період. Змінюються і підходи традиційного бізнесу до ведення діяльності, адже війна змусила компанії ставати більш адаптивними, гнучкими, виробляти нові підходи до менеджменту компаній та виробничих процесів, диверсифікуватися, ставати винахідливими та, врешті, креативними. Саме креативність в діяльності підприємств забезпечить українському бізнесу нові можливості до розвитку завдяки відносно великій доданій вартості при відносно малому рівні капітальних інвестицій, відмінності від конкурентів та загальному прогресу, до якого вона неминуче призводить.

Список використаних джерел:

1. Мінекономіки попередньо оцінює падіння ВВП в 2022 році на рівні 30,4%. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=4470bafb-5243-4cb2-a573-5ba15d9c8107&title=MinekonomikiPoperedno> (дата звернення: 24.03.2023 р.)
2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року. Дія.Бізнес. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-sicni-2023-roku> (дата звернення: 24.03.2023 р.)

3. ILO response to the Ukraine crisis. International Labour Organization. URL: <https://www.ilo.org/budapest/what-we-do/projects/ukraine-crisis/lang--en/index.htm> (дата звернення: 24.03.2023 р.)

4. Показники діяльності суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2010-2021 роках. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/size_20.htm (дата звернення: 22.03.2023 р.)

5. Креативна економіка – нова економічна епоха XXI ст.: Дослідження ГС Центр розвитку креативної економіки, ГО GoLOCAL, ГО CMD-Ukraine, 2022. 26 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1ZMO1SuQ7dDk-Ch7UIaMTCuRnNQPwzFLT/view___ (дата звернення: 25.03.2023 р.)

Маслак М.В., к.е.н., доц., докторант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

СТРАТЕГІЇ КРЕАТИВНОСТІ В УПРАВЛІННІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ

Складність креативного управління інтелектуальною власністю ускладнює розробку модельної стратегії управління інтелектуальною власністю на підприємствах, яка була б універсальною, тобто працювала б в будь-якому бізнесі. Якщо підприємство має комерційний інтерес у сфері, де воно впроваджує свої рішення щодо інноваційно-інтелектуальної діяльності, правова охорона інтелектуальної власності з використанням, наприклад, патентів буде важливою. У зв'язку з бурхливим розвитком і технічним прогресом в деяких областях використання патентної охорони може виявитися неефективним, в той час як, наприклад, охорона комерційної таємниці та ноу-хоу повинна мати ключове значення. Звичайно, розмір самого суб'єкта господарювання і масштаби його бізнесу будуть важливі для розробки стратегії підприємства в сфері управління інтелектуальною власністю, яка досить часто буде залежати від суми коштів, які можна виділити на ключові напрямки в даній сфері. Тому вважаємо за доцільне провести наукометричний аналіз різних модельних рішень для створення стратегій креативного управління інтелектуальною власністю.

Загальний підхід до формування управлінських стратегій в інтелектуальній сфері, на наш погляд, повинен будуватися на принциповому відношенні підприємства до факторів зовнішнього оточення. Одні підприємства точно дотримуються розроблених та узгоджених планів незалежно від позитивного чи негативного впливу чинників зовнішнього середовища, другі ж, навпаки, вносять необхідні зміни в тих випадках, коли коли зовнішнє оточення практично змушує підприємство їх зробити, і лише поодинокі підприємства активно пробують спонукати державу (суспільство) рухатись у вигідному підприємству напрямку, або хоча б в певній мірі гармонізувати цілі підприємства з потребами та очікуваннями держави (суспільства). Виробнича практика інноваційної діяльності