



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний бізнес-коледж

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Матеріали XV Всеукраїнської
науково-практичної конференції*



19-20 квітня 2023

www.csbc.edu.ua

**Міністерство освіти і науки України
Черкаський державний бізнес-коледж**

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В
УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**Матеріали
XV Всеукраїнської науково-практичної конференції
19-20 квітня 2023 рік**

Черкаси – 2023

УДК 338.31+65

ББК 65.1

Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів. Матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної конференції. (19-20 квітня 2023 р. м. Черкаси). — Черкаси: ЧДБК, 2023. — 219 с.

Організаційний комітет конференції

Азьмук Н.А. — заступник директора з навчально-методичної роботи ЧДБК, д-р екон. наук, доцент - голова оргкомітету;

Кузнецова Н.Б. — завідувач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК, канд. екон. наук, доцент;

Здір В.А. — завідувач кафедри обліку та фінансів ЧДБК, канд. екон. наук;

Піскова С.П. — завідувач відділення підприємництва та маркетингу ЧДБК;

Гмиря В.П. — доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК, канд. екон. наук, доцент;

Боровик Т.М. — відповідальний секретар.

Випуск тез наукових робіт науковців, представників підприємств, установ, організацій, здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, підготовлений за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів», яка відбулася 19-20 квітня 2023 року.

Представлені у матеріалах науково-практичної конференції тези учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів. Автори тез несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних та джерел посилання.

© Черкаський державний
бізнес-коледж, 2023

© Колектив авторів, 2023

<i>ДАЦЕНКО Ксенія</i>	Вплив використання штучного інтелекту на продуктивність праці	161
<i>YEVDOKYMOV Serhii</i>	Development of a Cargo Drone Control System on the Basis of a Convolutional Neural Network	163
<i>КРАВЧУК Каріна</i>	Нормативне регулювання цифрової економіки	166
<i>КРУГЛОВ Віталій</i>	Сучасні підходи до політики цифрової трансформації економіки	168
<i>LYTVYN Daria</i>	Soft Skills in Designers' Professiogram	170
<i>МЕГИК Юлія</i>	Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації	172
<i>МІЩУК Євгенія</i>	Роль цифровізації у прийнятті управлінських рішень державними посадовими особами	174
<i>МОТРИЧ Анна</i>	Виклики та переваги цифровізації економіки	177
<i>ГОНЧАРЕНКО Олександр</i>	Цифровізація агропродовольчого виробництва, як невід'ємна складова сталого розвитку галузі	179
<i>ПОБІДЬОННА Яна</i>	Цифрова трансформація бізнес-моделей	181
<i>СУШИЧ Максим</i>	Сучасні аспекти прийняття рішень з управління бізнес-процесами ІТ підприємства	184
<i>ШАФОРЕНКО Ігор</i>	Сучасні підходи до управління процесом підбору персоналу з використанням цифрових технологій	186

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 6. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

<i>БАРАБАШ Леся</i>	Податкова система України в середовищі креативної економіки	190
<i>ГОЛОВКІНА Марина</i>	Тенденції розвитку креативної економіки у світі та в Україні	192
<i>ЖЕЙКОВ Дмитро</i>	Креативна економіка як нова модель економічного розвитку	194
<i>ЄЖЕЛИЙ Юрій</i>	Засади функціонування креативної економіки в умовах глобалізації	197
<i>ŻYWUCKA – KOZŁOWSKA Elżbieta</i>	Creative Economy	200
<i>КАПУСТА Анна</i>	Креативний сектор економіки України в умовах сучасних викликів	201
<i>КУЗНЕЦОВА Ксенія</i>	Напрями підвищення ефективності управління людськими ресурсами підприємств	203
<i>СОКІЛ Ірина</i>	Креативна економіка як нова модель економічного розвитку в Україні	205
<i>ТОМАШУК Іван</i>	Тенденції розвитку креативних індустрій на сільських територіях	208
<i>ТОМАШУК Ірина</i>	Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи	211
<i>ТОМАШУК Інна</i>	Креативна економіка як основа розвитку світової економіки	214
<i>ТУРПІТЬКО Борис</i>	Стратегічні засади визначення економічних результатів за постіндустріальних умов діяльності підприємства	217

УДК: 338.24

ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Юрій Єжелей

jezhelyj@gmail.com

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

Глобалізація породила глибокі трансформації суспільства та зміни в нашій поведінці. Завдяки стрімкому технологічному прогресу зв'язок став частиною сучасного стилю життя, впливаючи на наше життя та щоденний вибір. Ця трансформація породила новий стандарт культурного споживання в усьому світі та змінила спосіб створення, виробництва, відтворення, розповсюдження та продажу творчих і культурних продуктів і послуг на національному та міжнародному рівнях. Помітною рисою XXI-го століття є зростаюче визнання того, що творчість і людський талант, окрім традиційних факторів виробництва, таких як праця та капітал, швидко стають потужним інструментом сприяння економічному розвитку.

Крім того, оскільки наукове поняття знань, інновацій та інформаційних технологій закладено в концептуальну основу креативної економіки, ми є свідками перехідного періоду. Схоже, що світ переживає поступову зміну парадигми, переходячи від інформаційного суспільства XX-го століття, де основна увага приділялася комунікаціям, управлінню інформацією, до більш цілісного підходу креативної економіки XXI-го століття.

Точаться тривалі дебати щодо концептуалізації креативної економіки та визначення креативних індустрій у цьому широкому контексті. Обидва поняття є новими концепціями, які зосереджуються на динаміці творчості в сучасному взаємозалежному світі. Економісти переглядають основи міжнародної економіки, щоб краще зрозуміти широкую взаємодію між економічними, культурними, соціальними та технологічними аспектами, які управляють функціонуванням світової економіки та способом життя людей.

Наразі не існує єдиного узгодженого визначення терміну «креативна економіка». Цей термін був введений у 2001 році як назва книги Дж. Гоукінса, у початковій спробі дослідити зв'язок між творчістю та економікою [3]. В роботі було розглянуто два типи творчості: один пов'язаний із нашим особистим задоволенням, а інший більше зосереджений на створенні продуктів або послуг. Перший є універсальною характеристикою людства і зустрічається в усіх суспільствах і культурах. Другий більш поширений в індустріальних суспільствах, які цінують новизну, науково-технічні інновації та права інтелектуальної власності (ПІВ). Оригінальність означає створення чогось з нуля або удосконалення того, що вже існує.

У 2002 році Р. Флоріда [2] ввів поняття «креативний клас». До цього класу входять люди в таких сферах, як наука та інженерія, архітектура та дизайн, освіта, мистецтво, музика та розваги, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, технологій або творчого контенту. Згідно з його підходом, креативний клас також включає ширшу групу творчих професіоналів у сфері бізнесу, фінансів і права. Це люди, які додають економічну цінність через творчість. Р. Флоріда зазначає, що креативний клас становить майже третину робочої сили в Сполучених Штатах Америки і що креативний сектор дає майже половину всіх доходів від заробітної плати в країні (близько 1,7 трлн дол. США), стільки ж, скільки виробничий сектор і сектор послуг разом узяті.

Креативна економіка – це широке поняття, яке постійно розвивається, набирає популярності в сучасній економічній думці. Вона виникає як зміна традиційним стратегіям розвитку, які зосереджені на сировині та промисловому виробництві, у бік мультидисциплінарного та цілісного підходу, що об'єднує економіку, культуру та технології,

з акцентом на продукти та послуги з творчим змістом, культурною цінністю та ринковими цілями. У цьому новому сценарії взаємодія між економікою та культурою переосмислює та збільшує перспективи розвитку багатьох країн.

Розвиток креативної економіки базується на використанні креативних активів, які потенційно генерують соціально-економічне зростання. Згідно з визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) [4], креативна економіка має потенціал для стимулювання економічного зростання, створення робочих місць, надходжень від експорту та водночас сприяє соціальній інтеграції, культурному різноманіттю та людському розвитку. Охоплюючи економічні, культурні, технологічні та соціальні аспекти, креативна економіка взаємопов'язана з загальною економікою на макро- та мікрорівні. Оскільки творчість, а не капітал, є основною рушійною силою, креативна економіка виглядає більш орієнтованою на результат стратегією розвитку для країн, що розвиваються.

Креативна економіка включає суспільство в цілому, оскільки люди з усіх соціальних класів можуть брати участь як виробники, так і споживачі творчих продуктів або послуг. Крім того, креативна економіка об'єднує різні верстви суспільства, оскільки це процес, керований багатьма зацікавленими сторонами, в якому беруть участь як державний, так і приватний сектори. Творча діяльність також об'єднує людей з різними інтересами, поєднуючи комерційні підприємства та некомерційні організації, такі як фонди та неурядові організації, професійні асоціації та громадянське суспільство в цілому.

Функціонування креативної економіки знаходиться на перетині економіки та культури, охоплюючи різноманітні сектори та види діяльності, засновані на творчості як джерелі цінності та важливого вкладі у виробничі процеси. Дійсно, у ширшому визначенні креативна економіка включає індустрії культури та поширюються на сектори, які інтегрують художню творчість у своє виробництво, такі як дизайн, мода, реклама, архітектура. Загалом, відмінність між індустрією культури та креативною індустрією базується на тому факті, що культурні товари та послуги є творчим контентом, який має символічну цінність і може бути захищений авторським правом. Вони часто передбачають відтворення творів і широкомасштабне розповсюдження.

Незважаючи на свою різноманітність, креативні індустрії мають кілька спільних характеристик, зокрема:

- діяльність, що знаходиться на стику економіки та культури;
- виробництво творчого контенту, призначеного для продажу та часто залежного від авторського права та інтелектуальної власності;
- надлишкова пропозиція, що стикається з попитом і суспільною поведінкою, яку важко передбачити;
- проектна діяльність з залученням специфічних форм праці та переважанням мікропідприємств;
- географічна концентрація у великих містах із розвитком творчих екосистем.

З аналітичної точки зору, економіка креативних індустрій має кілька особливостей, які відрізняють її від інших секторів діяльності. Ці особливості розвиваються під впливом цифрових трансформацій, але систему креативної економіки можна порівняти принаймні з трьома типовими моделями:

1. Економіка «прототипів», де всі витрати на створення, виробництво та реалізацію здійснюються до того, як буде відомо, чи відповідатиме вироблений товар попиту. Тому це економіка високого ризику, де невизначеність є систематичною. Успіх виробництва важко передбачити, навіть якщо компанії в цих секторах прагнуть зменшити цю невизначеність за допомогою маркетингових стратегій. Оскільки кожен «продукт» (фільм, робота, відеогра тощо) відрізняється, а масове виробництво для амортизації постійних витрат є неможливим. Граничні витрати на відтворення або перерозподіл цих «продуктів» незначні порівняно з початковими витратами на виробництво.

2. Економіка, заснована на «досвіді», де цінність культурних і творчих товарів

полягає в досвіді, який вони пропонують споживачам (різноманітні шоу, кіно, відеоігри, висока кухня тощо). Однак надлишок у пропозиції культурних товарів, особливо в цифровому світі, створює для споживачів ситуацію складного вибору «продукту». Це надає важливу роль функції рекомендацій (думки, огляди, рейтинги та оцінки на онлайн-платформах), яка сприяє створенню цінності.

3. Економіка, заснована на «інформаційних товарах»: більшість товарів креативної економіки вважаються інформаційними товарами, які можна від'єднати від фізичних носіїв і оцифрувати. Вони вважаються колективними благами, оскільки їх споживання не є конкурентоспроможним (споживання одним індивідом не зменшує кількість, доступну іншим). Вони також можуть бути «невиключними», оскільки іноді важко обмежити доступ споживачів до них. Ситуація посилилася в епоху цифрових технологій з розвитком широкомасштабного піратства, яке призвело до знищення цінностей у багатьох сферах культури, таких як музика та кіно.

Існує значна еволюція економічних моделей, що лежать в основі різних креативної економіки у середовищі, що сприяє появі нових учасників і реструктуризації ланцюгів створення вартості в цих секторах. Дійсно, у все більш оцифрованих та глобалізованих економіці цифрові технології скасовують географічні, промислові та культурні кордони, таким чином розширюючи поле можливостей як для виробників, так і для споживачів [1].

У цьому контексті аналіз розвитку креативної економіки у цілому дає змогу краще зрозуміти виклики цифрових змін, які відбуваються, зокрема тих, які пов'язані зі створенням і розподілом цінностей. Ці питання лежать в основі стратегій життєздатності будь-якої економічної моделі, особливо тому, що конкурентні переваги гравців на ринку креативної економіки в епоху цифрових технологій розмиваються занадто швидко. Оскільки креативна економіка за своєю природою є економікою нематеріальною, способи виробництва, розподілу та споживання є набагато проникливими для руйнівних цифрових інновацій і тому можуть зазнати потрясінь миттєво та сильніше, ніж в інших секторах економіки. Крах ринку звукозапису наприкінці 90-х років XX століття і постійне зростання потокового передавання даних в останні роки є прикладами цього.

Історично креативна економіка була піонером у впровадженні та експериментуванні з інноваційними цифровими технологіями, які згодом радикально змінили економіку всього світу.

Таким чином, креативна економіка взяла на озброєння інструменти штучного інтелекту завдяки рекомендаційним алгоритмам, що оперують величезними обсягами даних. У сфері аудіовізуальної та онлайн-музики ці інструменти дають цифровим платформам, таким як Spotify або Netflix, конкурентну перевагу перед традиційними програвачами (наприклад, телеканалами), щоб краще розуміти смаки споживачів і постійно адаптувати відповідно свою пропозицію вмісту. Подібним чином технології блокчейну знаходять сприятливий ґрунт у креативних галузях, щоб повністю використати свій потенціал на благо «виробників». Варто також підкреслити новаторську роль цих галузей, таких як відеоігри, у поширенні технологій занурення, таких як віртуальна та доповнена реальність, які сприяють досвіду в усіх творчих сферах (віртуальні відвідування культурних закладів, кінотеатри ICE, IMAC, 4DX, тощо).

Список використаних джерел:

1. Єжелей Ю. Сучасні тенденції цифрової трансформації міжнародного бізнесу. *Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»*: Зб. наук. праць. Переяслав, 2023. Вип. 90. С. 22–24.
2. Флоріда Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ. Наш формат. 2018. 432 с.
3. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. New York:

Allen Lane, Penguin Press, 2001. 263 p.

4. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2022. URL:
https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf (дата звернення:
14.04.2023 p.).

Наукове видання

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ
СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Збірник матеріалів
XV Всеукраїнської науково-практичної конференції.
(Черкаси, 19-20 квітня 2023 р.)

Тексти друкуються в авторській редакції

Відповідальні за формування збірника:
Азьмук Надія Анатоліївна
Кузнецова Наталія Богданівна
Боровик Тетяна Михайлівна

Гарнітура Times New Roman. Ум. др. арк. 17,69.

Україна, 18028, м. Черкаси, вул. Вячеслава Чорновола, 243
тел. (0472) 64-10-00; E-mail: public@csbc.edu.ua
URL: [www. http://csbc.edu.ua](http://csbc.edu.ua)