

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

СИНИЦЯ ВОЛОДИМИР АНДРІЙОВИЧ

(прізвище, ім'я, по батькові)

УДК 33:331.102.312:330.34(477)(043)

(індекс)

ДИСЕРТАЦІЯ

**КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ
РОЗВИТОК УКРАЇНИ**

051 Економіка

05 Соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

 Синиця В.А.

(прізвище, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник

Бондаренко Світлана Михайлівна, д.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Синиця В.А. Креативні індустрії та їх вплив на економічний розвиток України. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 - Економіка. – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2026.

Дисертаційна робота є комплексним дослідженням впливу креативних індустрій на економічний розвиток України в умовах сучасних глобальних трансформацій. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі креативних індустрій як важливого чинника економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Особливого значення дослідження набуває в контексті складних економічних і політичних викликів, з якими стикається Україна в умовах повномасштабної війни. За таких обставин креативні індустрії демонструють значний потенціал щодо формування доданої вартості, створення робочих місць, стимулювання інноваційної діяльності та забезпечення стійкості економічного розвитку. У зв'язку з цим виникає потреба в поглибленому дослідженні особливостей функціонування креативних індустрій, їх структурних складових, а також механізмів впливу на соціально-економічний розвиток держави.

Креативні індустрії охоплюють галузі, пов'язані зі створенням, виробництвом та розповсюдженням культурних благ і послуг, а також інші сфери, де творчість та інновації є основою для створення економічної вартості, зокрема дизайн, ІТ, рекламу, моду. Креативна економіка розглядається як макrorівневий підхід, що об'єднує всі галузі економіки, де творчий потенціал, інтелектуальна власність та інновації є ключовими ресурсами зростання та конкурентоспроможності. За структурою, креативні індустрії України багатовимірні та охоплюють низку підсекторів, що базуються на інтелектуальній праці, творчості, цифрових технологіях і культурному виробництві.

Характерною особливістю креативних індустрій є низька капіталоемність,

що на відміну від більш традиційних секторів економіки, в поєднанні з високою неоднорідністю сприяє зниженню бар'єрів для входу на ринок товарів і послуг. Це робить креативні індустрії важливою складовою сучасної економіки, стимулює інновації, стартапи та нові підприємницькі ініціативи, які не можливі без використання творчої, креативної складової. Обґрунтовано економічний аспект моделі розвитку креативних індустрій, що передбачає зростання ВВП, підвищення конкурентоспроможності та залучення інвестицій через розвиток секторів, які ґрунтуються на творчості та інноваціях.

У дисертаційній роботі визначено виклики, що суттєво вплинули на креативний сектор, а саме пандемія COVID-19 та початок повномасштабної війни. Креативні індустрії зазнали комплексних економічних, соціальних, фінансових і інституційних викликів, які суттєво вплинули на його поточний стан і перспективи розвитку. Стали відчутними загальноекономічні наслідки війни: зростання тарифів на енергоносії та логістику, інфляцію, зниження купівельної спроможності, девальвацію гривні. В сукупності всі ці фактори сформували багатовимірний кризовий контекст, який у науковій літературі вже називають «ефектом потрійного удару». Одночасно встановлено, що попри значні економічні й соціальні потрясіння, креативні індустрії України демонструють високу адаптивність та формують низку ключових тенденцій, що окреслюють траєкторію їхньої трансформації. Також, до низки ключових викликів, що стримують розвиток креативних індустрій варто віднести: висока конкуренція на глобальному ринку цифрових послуг; регіональна нерівність доступу до інфраструктури та фінансування. Зазначено, що вирішення зазначених викликів визначатиме майбутні політичні пріоритети держави.

На основі оцінки динаміки експорту та імпорту креативних товарів України, визначено, що зовнішньоторговельні операції з креативними товарами є важливим індикатором інтеграції України у міжнародні ринки культурних, дизайнерських, медіа- та інноваційних продуктів.

Встановлено, що креативні індустрії України сформувалися як економічно значущий сектор із високою роллю людського капіталу, цифрових

технологій та інноваційної активності, однак ефективність їх функціонування стримується фрагментарністю інституційного середовища, недостатньою міжвідомчою координацією, обмеженістю довгострокових фінансових інструментів і регіональними диспропорціями розвитку. Європейський досвід і результати кількісного аналізу підтверджують доцільність переходу від розрізнених програм підтримки до цілісної моделі інституційної політики, орієнтованої на стратегічне планування, кластеризацію, управління людським капіталом, цифровізацію та міжсекторальну інтеграцію. Авторська модель модернізації інституційного середовища функціонування креативних індустрій, доповнена інтегральним індексом CIDSSU та прогнозними оцінками до 2030 року, формує аналітичну основу для підвищення результативності державної й регіональної політики та створення стійких передумов довгострокового розвитку креативного сектору в умовах післявоєнної трансформації економіки України.

Підтверджено, що результативний розвиток креативних індустрій потребує переходу від фрагментарного використання окремих інструментів підтримки до цілісної системи економічних і управлінських впливів, заснованої на їх комплементарності та узгодженості. Поєднання фінансових, управлінсько-освітніх, регуляторних і інфраструктурних інструментів, посилене цифровими пріоритетами та інтеграцією у регіональні стратегії smart-спеціалізації, створює умови для підвищення стійкості й конкурентоспроможності креативного сектору. Кількісні результати та сценарні оцінки свідчать, що системний характер інструментальної підтримки визначає можливість переходу креативних індустрій від адаптаційного відновлення до траєкторії прискореного зростання та їх використання як одного з драйверів післявоєнного соціально-економічного розвитку України.

Обґрунтовано авторську модель інтегрованої інституційної підтримки розвитку креативних індустрій, яка розглядається як складова структурної модернізації національної економіки та інструмент підвищення її інноваційної, соціальної й регіональної стійкості. Запропонована модель базується на

принципах нової інституційної економіки, концепції smart-спеціалізації, управління людським капіталом і міжсекторальної інтеграції, що дозволяє поєднати стратегічну визначеність державної політики з адаптивністю інституційних механізмів у динамічному середовищі креативної економіки.

Ключовою авторською позицією є необхідність формування Національної стратегії розвитку креативних індустрій як інтегрованого елементу культурної, інноваційної та економічної політики держави. Така стратегія має виходити за межі фрагментарних програм підтримки та закріплювати креативні індустрії як повноцінний сектор економіки з чітко визначеними цілями, пріоритетними напрямками розвитку та системою індикаторів результативності.

На основі узагальнення наукових підходів та результатів емпіричних досліджень запропоновано авторську класифікацію інновацій, релевантну для розвитку креативного сектору. Враховуючи мультидисциплінарну природу креативної економіки, інновації в ній мають комплексний характер і поєднують технологічні, економічні, культурні та соціальні складові. Запропонований підхід дозволяє розглядати інновації в креативному секторі не ізольовано, а як елементи цілісної інституційної екосистеми, у якій кожен тип інновацій потребує специфічних інструментів державної підтримки та відповідає визначеним цифровим і стратегічним пріоритетам розвитку.

Наукова новизна дисертації полягає в теоретичному обґрунтуванні та розвитку наукових положень щодо ролі креативних індустрій у забезпеченні економічного розвитку України, а також у розробленні прикладних підходів до аналізу й інституційного забезпечення розвитку креативного сектору.

На практичному рівні доведено, що реалізація запропонованих заходів забезпечить робочі місця для молоді та висококваліфікованих фахівців, сприятиме розвитку цифрових і творчих компетентностей, а також допоможе утримувати таланти в країні. Завдяки суттєвому фіскальному впливу, креативні індустрії забезпечать податкові надходження та сприятимуть зміцненню фінансової стійкості держави й громад. Місцеві бюджети отримають додаткові доходи через розвиток туризму, малого підприємництва та креативних

кластерів, що активізують економічне життя регіонів.

Запропонований комплекс заходів сприятиме зміцненню ролі креативних індустрій у забезпеченні фінансової стабільності на рівні держави та громад.

На практичному рівні у дисертації впроваджені: створення спеціального розділу «Креативна економіка» у структурі Стратегії розвитку громади, розробка комплексу заходів, спрямованих на підтримку культурно-мистецьких ініціатив, розвиток традиційних і сучасних ремесел, становлення крафтового виробництва, активізацію туристичного потенціалу, запровадження ІТ-сервісів та освітніх інноваційних проєктів. Створення локальних платформ для мобілізації людського капіталу та стимулювання підприємницької активності (довідка Узинської міської ради Білоцерківського району Київської області № 03-10-866 від 09.09.2025);

створення програми грантової підтримки митців і стартапів, створення мережі креативних просторів у громадах області, розвиток культурного туризму та інтерактивних маршрутів, цифровізацію культурних послуг через онлайн-платформу, міжнародне партнерство у сфері культурної дипломатії, освітні проєкти для молоді та формування бренду області як «креативного регіону» (довідка Київської обласної ради VIII скликання №2393/03 від 23.10.2025);

впровадження в освітній процес Київського національного університету технологій та дизайну МОН України при викладанні дисципліни «Креативний менеджмент» для студентів спеціальності В12«Культурологія та музеєзнавство», освітня програма «Культурологія» (довідка від 08.06.2026 № 02-58/1139).

За результатами дослідження опубліковано 19 наукових праць, з них: 7 статей – у фахових виданнях з економіки, 12 публікацій – у матеріалах міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій.

Загальний обсяг публікацій – 5,7 друк. арк., з яких автору належить 5,6 друк. арк.

Ключові слова: креативні індустрії, креативна економіка, економічний розвиток, культура, інновації, інформаційні технології (IT), людський капітал, кластер, креативні хаби, цифровізація, стратегії розвитку, інноваційний розвиток, креативність, бізнес.

ABSTRACT

Synytsia V.A. Creative Industries and Their Impact on Ukraine's Economic Development. - Qualification scientific work in the form of a manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 051 – Economics. Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2026.

This dissertation is a comprehensive study of the impact of creative industries on Ukraine's economic development in the context of contemporary global transformations. The topic's relevance stems from the growing role of creative industries as a key factor in economic growth and competitiveness of the national economy. The study is particularly significant in the context of the complex economic and political challenges facing Ukraine amid a full-scale war. In these circumstances, creative industries demonstrate significant potential for generating added value, creating jobs, stimulating innovation, and ensuring sustainable economic development. Therefore, an in-depth study of the functioning of creative industries, their structural components, and the mechanisms by which they influence the country's socioeconomic development is needed.

Creative industries encompass sectors related to the creation, production, and distribution of cultural goods and services, as well as other areas where creativity and innovation are the basis for generating economic value, including design, IT, advertising, and fashion. The "Creative Economy" is viewed as a macro-level approach that integrates all sectors of the economy, where creative potential, intellectual property, and innovation are key resources for growth and competitiveness. Ukraine's creative industries are structurally multidimensional, encompassing a number of subsectors based on intellectual labor, creativity, digital technologies, and cultural production.

A characteristic feature of creative industries is their low capital intensity, which, in contrast to more traditional economic sectors, combined with their high heterogeneity, helps lower barriers to entry into the market for goods and services. This makes creative industries an important component of the modern economy, stimulating innovation, startups, and new entrepreneurial initiatives that are impossible without the creative component. The economic aspect of the creative industries development model is substantiated, envisioning GDP growth, increased competitiveness, and investment attraction through the development of sectors based on creativity and innovation.

The dissertation identifies challenges that have significantly impacted the creative sector, namely the COVID-19 pandemic and the outbreak of full-scale war. Creative industries have experienced complex economic, social, financial, and institutional challenges that have significantly impacted their current state and development prospects. The general economic consequences of the war have become tangible: rising energy and logistics tariffs, inflation, declining purchasing power, and the devaluation of the hryvnia. Taken together, these factors have created a multidimensional crisis context, which in the scientific literature is already being referred to as the triple whammy effect. It has also been established that, despite significant economic and social upheaval, Ukraine's creative industries demonstrate high adaptability and are shaping a number of key trends that determine the trajectory of their transformation. Key challenges hindering the development of creative industries also include: intense competition in the global digital services market; and regional inequality in access to infrastructure and financing. It is noted that addressing these challenges will determine the state's future political priorities. Based on an assessment of the dynamics of Ukraine's creative goods exports and imports, it was determined that foreign trade operations in creative goods are an important indicator of Ukraine's integration into international markets for cultural, design, media, and innovative products.

It was established that Ukraine's creative industries have emerged as an economically significant sector with a significant role for human capital, digital technologies, and innovation. However, their effectiveness is hampered by a fragmented institutional environment, insufficient interdepartmental coordination, limited long-term

financial instruments, and regional disparities. European experience and the results of quantitative analysis confirm the feasibility of moving from disparate support programs to a holistic institutional policy model focused on strategic planning, clustering, human capital management, digitalization, and intersectoral integration. The author's model for modernizing the institutional environment for creative industries, supplemented by the integrated CIDSSU index and forecast estimates to 2030, forms an analytical basis for improving the effectiveness of state and regional policies and creating sustainable preconditions for the long-term development of the creative sector in the context of post-war economic transformation.

It has been confirmed that the effective development of creative industries requires a transition from the fragmented use of individual support instruments to a holistic system of economic and managerial interventions based on their complementarity and coherence. The combination of financial, managerial, educational, regulatory, and infrastructural instruments, reinforced by digital priorities and integration into regional smart specialization strategies, creates the conditions for increasing the sustainability and competitiveness of the creative sector. Quantitative results and scenario assessments indicate that the systemic nature of instrumental support determines the possibility of the creative industries' transition from adaptive recovery to a trajectory of accelerated growth and their use as a driver of Ukraine's post-war socioeconomic development. The author presents a model of integrated institutional support for the development of creative industries, which is viewed as a component of the structural modernization of the national economy and a tool for enhancing its innovative, social, and regional resilience. The proposed model is based on the principles of new institutional economics, the concept of smart specialization, human capital management, and cross-sector integration, which allows for the combination of strategic clarity in public policy with the adaptability of institutional mechanisms in the dynamic creative economy.

The author's key position is the need to develop a National Strategy for the Development of Creative Industries as an integrated element of the state's cultural, innovation, and economic policies. Such a strategy must go beyond fragmented support

programs and establish creative industries as a fully-fledged economic sector with clearly defined goals, priority development areas, and a system of performance indicators.

Based on a synthesis of scientific approaches and empirical research, the author proposes a classification of innovations relevant to the development of the creative sector. Given the multidisciplinary nature of the creative economy, innovations within it are comprehensive and integrate technological, economic, cultural, and social components. The proposed approach allows us to consider innovations in the creative sector not in isolation, but as elements of a holistic institutional ecosystem, in which each type of innovation requires specific government support tools and meets specific digital and strategic development priorities. The scientific novelty of this dissertation lies in its theoretical substantiation and development of scientific propositions on the role of creative industries in ensuring Ukraine's economic development, as well as in the development of applied approaches to the analysis and institutional support for the development of the creative sector.

At the practical level, it has been proven that the implementation of the proposed measures will create jobs for youth and highly qualified specialists, promote the development of digital and creative competencies, and retain talent in the country. Thanks to their significant fiscal impact, creative industries will generate tax revenues and contribute to strengthening the financial stability of the state and communities. Local budgets will receive additional revenue through the development of tourism, small businesses, and creative clusters, which will stimulate the economic life of the regions.

The proposed set of measures will contribute to strengthening the role of creative industries in ensuring financial stability at the state and community levels. At the practical level, the dissertation introduces: the creation of a special section "Creative Economy" within the Community Development Strategy, the development of a set of measures aimed at supporting cultural and artistic initiatives, the development of traditional and modern crafts, the development of craft production, the promotion of

tourism potential, and the implementation of IT services. The creation of local platforms for mobilizing human capital and stimulating entrepreneurial activity (reference from the Uzyn City Council of Bila Tserkva District, Kyiv Region No. 03-10-866 dated September 09, 2025);

The creation of a grant support program for artists and startups, the creation of a network of creative spaces in the region's communities, the development of cultural tourism and interactive routes, the digitalization of cultural services through an online platform, international partnerships in cultural diplomacy, educational projects for youth, and the development of the region's brand as a "creative region" (reference from the Kyiv Regional Council, VIII convocation No. 2393/03 dated October 23, 2025).

Implementation in the educational process at Kyiv National University of Technologies and Design of the Ministry of Education of Ukraine during the teaching of the 'Creative Management' course for students of the B12 'Cultural Studies and Museology' programme, educational programme 'Cultural Studies' (certificate dated 08.06.2026 No. 02-58/1139).

Based on the research results, 19 scientific papers were published, including seven articles in professional economics journals and 12 publications in the proceedings of international and all-Ukrainian scientific and practical conferences.

The total number of publications is 5.7 printed pages, of which the author contributed 5.6 printed pages.

Keywords: creative industries, creative economy, economic development, culture, innovation, information technology (IT), human capital, cluster, creative hubs, digitalisation, development strategies, innovative development, creativity, business.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

1. Синиця, В.А. Зарубіжний досвід механізму формування інноваційної інфраструктури. *Журнал стратегічних економічних досліджен.* 2022, № 3 (8). С. 73-80. DOI: 10.30857/2786-5398.2022.3.7 (0,5 друк. арк.)
2. Синиця, В.А. Креативні хаби та кластери: нові центри економічного розвитку в Україні. *Економіка та суспільство.* 2024, №70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-6> (0,5 друк. арк.)
3. Синиця, В.А. Медіа та реклама як рушійні сили креативної економіки. *Економіка та суспільство.* 2025, №75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-83> (0,4 друк. арк.)
4. Синиця, В.А. Креативні індустрії та розвиток туризму: економічні перспективи. *Причорноморські економічні студії.* 2025, №91. С.59-63. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.91-9> (0,5 друк. арк.)
5. Синиця, В.А. Креативні індустрії у моделі післявоєнного економічного відновлення України. *Економічний аналіз.* 2025, №3. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2025.03.690> (0,8 друк. арк.)
6. Синиця, В.А. Державна економічна політика підтримки креативних індустрій: ефективність та обмеження. *Економічний аналіз.* 2025, №4. <https://doi.org/10.35774/econa2025.04.671> (0,8 друк. арк.)
7. Синиця, В.А. Стійкість креативних індустрій до економічних і воєнних шоків. *Економічний дискурс,* (4), 116-124. <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-12> (0,8 друк. арк.)

Опубліковані праці апробаційного характеру

8. Синиця, В.А. Креативні індустрії, як основа розвитку сучасного світу. *Економіка відновлення міст* : Зб. матеріалів Міжнародного урбаністичного форуму, м. Київ, 22-23 березня 2023р. С. 364–366. (0,1 друк. арк.)

[URL:https://ir.kneu.edu.ua/bitstreams/fbb23c8e-c30c-43d1-ba06-1c7020a47724/download](https://ir.kneu.edu.ua/bitstreams/fbb23c8e-c30c-43d1-ba06-1c7020a47724/download)

9. Синиця, В.А. Цифровий контент як інструмент війни: вартість споживання, економічні та соціальні наслідки. *Science, theory and ways to improve methods*: Зб. матеріалів XVII Міжнар. наук.-практич. конф., м. Лондон, 3 травня 2023 р. С. 91–93. (0,1 друк. арк.) URL: <https://eu-conf.com/events/science-theory-and-ways-to-improve-methods/>

10. Синиця, В.А. Креативність як елемент розвитку підприємництва. *Theoretical and applied aspects of the development of science*: Зб. матеріалів XVIII Міжнар. наук.-практич. конф., м. Більбао, 09-12 травня 2023р. С. 122–124. (0,1 друк. арк.) URL: <https://isg-konf.com/theoretical-and-applied-aspects-of-the-development-of-science/>

11. Синиця, В.А. Важливість та значення культурної спадщини для збереження національної ідентичності народу. *Соціальна відповідальність людства в контексті аксіологічних трансформацій*: Зб. матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції "КЗВО ОАНО Одеської обласної ради", 20 вересня 2023р. С.81-83 (0,1 друк. арк.) URL: <https://dspace.oano.od.ua/handle/123456789/226>

12. Синиця, В.А. Міжнародний досвід формування креативних індустрій. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації*: Зб. матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції КНУТД. 6 жовтня 2023р. С.143-145 (0,1 друк. арк.) URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25894>

13. Синиця, В.А. Креативність та інновації: синергія в економіці України. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*: Зб. матеріалів IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. К. : КНУТД, 17 листопада 2023р. Т. 1. С. 104-110 (0,3 друк. арк.) URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26555>

14. Синиця, В.А. Вплив технологічних змін на креативні індустрії. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних*

целей сталого розвитку. Зб.матеріалів V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, КНУТД, 2024р., С.659-661 (0,1 друк. арк.) URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/27282/1/IMPER_2024_P659-661.pdf

15. Синиця, В.А. Стратегії підтримки малого та середнього бізнесу креативних індустрій у кризових умовах. *Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні*: Зб.матеріалів II Всеукраїнської наук.-практ. конференції, м. Київ, 8 жовтня 2024р. С.140–144. (0,1 друк. арк.)

URL:https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/28400/1/PRPSZISPU_2024_P140-144.pdf

16. Синиця, В.А., Бондаренко С.М. Міжнародне співробітництво у проєктах креативних індустрій: можливості для України. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті*: Зб.матеріалів XV Міжнар. наук.-практ. конф. фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. — Одеса : ОДАБА, 17-18 жовтня 2024р. С.66–71(0,2 друк. арк.) URL: <https://surl.li/gcvehr> *Особистий внесок автора: визначено проблематику розвитку міжнародного співробітництва в Україні у проєктах креативних індустрій, запропоновано комплекс заходів для їхнього успішного розвитку (0,1 друк. арк.)*

17. Синиця, В.А. Економічні ефекти інвестицій у креативні індустрії: роль стратегічного менеджменту. *Сучасні проблеми менеджменту*: Зб.матеріалів XX Міжнародної наук.-практ. конференції. НАУ, м. Київ, 25 жовтня 2024р. С.163–165. (0,1 друк. арк.) URL: <https://mzedp.nau.edu.ua/xx-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiia-suchasni-problemy-menedzhmentu-20-zhovtnia-2024-roku/>

18. Синиця, В.А. Міжнародний досвід підтримки та розвитку креативних індустрій та можливості його адаптації в Україні. *Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях*: Зб.матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та

студентів, КНУТД, м. Київ, 28 березня 2025 р. С. 218-220. (0,1 друк. арк.)

URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/30276>

19. Синиця, В.А. Роль креативного бізнесу в структурі економіки громади. Зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційна екосистема для відбудови України: Інтеграція науки, освіти та бізнесу», 3 жовтня 2025 р., м. Київ, КНУТД. С. 311-313. (0,1 друк. арк.)

URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32609>

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	17
ВСТУП.....	18
РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	27
1.1. Теоретичні основи формування терміну «креативних індустрій» як сектору економіки.....	27
1.2. Концепція та профілі креативних індустрій у провідних країнах світу.....	49
1.3. Методика оцінювання економічного впливу креативних індустрій.....	73
Висновки до розділу 1	104
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ.....	106
2.1. Аналіз сучасного стану розвитку складників креативних індустрій в Україні.....	106
2.2. Ключові економічні показники розвитку креативних індустрій.....	131
2.3. Аналіз загального впливу креативних індустрій на економіку.....	151
Висновки до розділу 2	175
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ.....	178
3.1. Удосконалення інституційного середовища розвитку креативних індустрій в Україні	178
3.2. Система економічних та управлінських інструментів розвитку креативних індустрій.....	203
3.3. Інноваційні напрями розвитку креативних індустрій.....	227
Висновки до розділу 3	249
ВИСНОВКИ.....	251
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	255
ДОДАТКИ	273

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

KI – Креативні індустрії

IT- інформаційні технології

DCMS – Department for Culture, media and sport

ВОІВ – Всесвітня організація інтелектуальної власності

НБУ – Національний банк України

ЄС – Європейський союз

ВСТУП

Актуальність теми дисертаційного дослідження. Дисертаційне дослідження присвячене методико-теоретичному обґрунтуванню поняття «Креативних індустрій» та дослідженню механізмів їхнього впливу на економічний розвиток України. КІ в умовах бурхливого розвитку суспільства стають важливою складовою економічного розвитку кожної країни. Творчість, інновації та креативність, в поєднанні з апробацією набутих знань, набувають чільного значення та стають джерелом впливу в сучасному світі.

Для України, що переживає складні економічні та політичні трансформації, і все це в умовах повномасштабної війни, креативні індустрії стають одним із ключових джерел економічного розвитку, завдяки прямому ефекту на кожного учасника даної синергії. Втім, цей вплив потребує більш деталізованого аналізу як самої галузі та її складових, так і механізмів завдяки яким креативні індустрії сприяють економічному зростанню. Це і обумовлює актуальність дослідження даної теми.

Креативні індустрії охоплюють широкий спектр діяльностей, включаючи мистецтво, дизайн, моду, медіа, кіноіндустрію, рекламу, архітектуру, ІТ-сектор та інші. Вони об'єднують у собі як традиційні форми творчості, так і сучасні технологічні інновації. В умовах глобалізації та цифрової трансформації креативні індустрії стали ключовим елементом стратегії економічного розвитку багатьох країн світу, забезпечуючи нові робочі місця, сприяючи культурному обміну та збільшенню експортного потенціалу. В Україні креативні індустрії мають великий потенціал, який ще не повністю реалізований.

Попри певні успіхи, перед Україною стоять значні виклики. Одним із ключових бар'єрів для розвитку креативних галузей є недостатнє фінансування та обмеженість ресурсів. Також варто звернути увагу на проблему відтоку талантів за кордон, яка є однією з основних загроз для розвитку креативної економіки в Україні. В цьому контексті важливо розробити стратегії, які сприятимуть утриманню талановитих фахівців та створенню привабливих умов для їхньої діяльності в Україні. З огляду на це, дослідження креативних галузей та їхнього

впливу на економічний розвиток України є не лише актуальним, але й необхідним для формування ефективних стратегій розвитку країни.

Роль креативних індустрій на ринку України досліджували багато українських та міжнародних науковців, зокрема: Т.О. Галахова, Т. Адорно, М. Хоркгаймер, Дж. Гокінз, Р. Флорида, Ч. Лендрі, Ю. Євпак, Д. Тросбі, К. Оуклі, Дж. О'Коннор, У.В. Щурко, Т.О. Власенко, О.М. Чуль, Б.Г. Ревчун, та ін.

Правове забезпечення діяльності креативних індустрій в Україні регулюється Законом України від 19.06.2018 № 2458-VIII «Про внесення змін до Закону України “Про культуру” щодо визначення поняття “креативні індустрії». Закон також акцентує на необхідності збереження, підтримки та заохочення культурного розмаїття як важливого чинника сталого розвитку держави.

Зарубіжний досвід провідних країн світу свідчить, що нині креативні індустрії демонструють одні з найвищих темпів зростання у світовій економіці. У сучасному світі провідні держави дедалі чіткіше усвідомлюють, що креативні індустрії - це не лише сфера культури чи дозвілля, а й стратегічний ресурс, здатний визначально впливати на всі сфери економічної діяльності. Для України запозичення їхнього досвіду забезпечить стійкість української моделі у глобальному конкурентному середовищі.

Креативні індустрії формують особливий сегмент економіки, де інтелектуальна діяльність, творчі ідеї та культурний контент стають основою виробничих процесів і створення вартості. Однією з ключових переваг цього сектора є його високий рівень доданої вартості. Оскільки головним ресурсом є інтелектуальний продукт, витрати на сировину та логістику часто є відносно низькими, а прибутковість значною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційне дослідження виконане в межах науково-дослідних робіт Київського національного університету технологій та дизайну за темами:

- Стратегічний розвиток інноваційних кластерів ІТ- сфери в контексті діджиталізації (державний реєстраційний номер 0124U004147);

- Імплементация цифрових технологій в економіку України в умовах сталого розвитку (державний реєстраційний номер 0124U004146);

- Сучасні практики управління корпоративною відповідальністю та сталий розвиток бізнесу в умовах глобалізації та цифровізації» (державний реєстраційний номер 0122U001239).

Метою дисертаційного дослідження є теоретичне обґрунтування та розроблення підходів до оцінювання і посилення впливу креативних індустрій на економічний розвиток України в умовах структурних трансформацій, цифровізації та євроінтеграції.

Відповідно до сформульованої мети **завданнями дисертації** є:

- узагальнити та систематизувати теоретичні підходи до формування поняття «креативні індустрії» як окремого сектору національної економіки;
- дослідити еволюцію концепції креативних індустрій та визначити їхні профілі у провідних країнах світу;
- обґрунтувати методичні підходи до оцінювання економічного впливу креативних індустрій;
- проаналізувати сучасний стан розвитку складників креативних індустрій в Україні;
- здійснити оцінку ключових економічних показників розвитку креативних індустрій в Україні;
- визначити загальний вплив креативних індустрій на економічний розвиток України;
- розробити напрями удосконалення інституційного середовища розвитку креативних індустрій в Україні;
- обґрунтувати систему економічних та управлінських інструментів стимулювання розвитку креативних індустрій;
- визначити інноваційні напрями розвитку креативних індустрій з урахуванням цифровізації, структурних трансформацій та євроінтеграційних процесів.

Об'єктом дослідження є соціально-економічні відносини в секторі креативних індустрій як складових національної економіки України, що формується у процесі створення, поширення й комерціалізації креативного продукту .

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні положення формування і розвитку креативних індустрій та їх впливу на економічний розвиток України.

Методи дослідження. У процесі дисертаційного дослідження використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів пізнання, зокрема: методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції - для узагальнення теоретичних підходів до трактування креативних індустрій; історико-логічний метод - для дослідження еволюції концепції креативних індустрій у світовій практиці; порівняльний аналіз - для зіставлення моделей і профілів розвитку креативних індустрій у провідних країнах світу; статистичні та економіко-аналітичні методи - для оцінювання сучасного стану, структури та динаміки ключових економічних показників розвитку креативних індустрій в Україні; методи економічного аналізу та узагальнення - для визначення загального впливу креативних індустрій на економічний розвиток країни; графічний і табличний методи - для наочного подання результатів дослідження; абстрактно-логічний метод - для формулювання висновків і розроблення пропозицій щодо удосконалення інституційного середовища та інструментів розвитку креативних індустрій.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в теоретичному обґрунтуванні та розвитку наукових положень щодо ролі креативних індустрій у забезпеченні економічного розвитку України, а також у розробленні прикладних підходів до аналізу й інституційного забезпечення розвитку креативного сектору, що конкретизується в таких положеннях:

Удосконалено

теоретичні засади трактування поняття «креативні індустрії» як сектору економіки шляхом системного розмежування категорій «культурні індустрії», «креативні індустрії» та «креативна економіка» за критеріями походження,

масштабу, ключового ресурсу, економічної ролі та рівня впливу, що забезпечує більш чітке визначення меж і змісту креативного сектора;

підходи до типологізації профілів і моделей розвитку креативних індустрій у провідних країнах світу шляхом систематизації їх за критеріями ролі держави, інституційних механізмів підтримки та галузевих пріоритетів, що дало змогу виокремити й порівняти ринково-ліберальну, партнерську, культурно-протекціоністську та державно-інтегровану моделі як аналітичну основу для адаптації міжнародних практик в Україні;

методика структурного аналізу креативних індустрій шляхом типологізації підсекторів за профілем «цифрова експортність – кризова вразливість – потенціал відновлення», що дає змогу диференціювати сегменти високої стійкості (ІТ, digital-маркетинг), адаптивної трансформації (дизайн, мода, книговидавництво/медіа через цифрові формати), офлайн-залежні сегменти з підвищеною чутливістю до обмежень (музична та подієва індустрія) та підсектори з післявоєнним інфраструктурним попитом (архітектура, урбаністика).

аналітично-орієнтовану модель до модернізації інституційного середовища функціонування креативних індустрій в Україні шляхом обґрунтування авторської інтегрованої системи інституційної підтримки (стратегічна координація – кластеризація та smart-спеціалізація – управління людським капіталом – цифровізація CreaTech – фінансові стимули), доповненої інтегральним індексом CIDSSU та прогнозною траєкторією до 2030 р. для оцінювання результативності державної й регіональної політики;

положення щодо інноваційного розвитку креативних індустрій шляхом його поглиблення як системного процесу трансформації людського капіталу, інтелектуальної власності та цифрових технологій у стійкі економічні й соціальні результати через поєднання технологічних, продуктових, бізнес-модельних і соціальних інновацій, що підвищує конкурентоспроможність та експортний потенціал креативного сектору України в умовах цифровізації та післякризової трансформації економіки.

Набули подальшого розвитку

методичні підходи до оцінювання економічного впливу креативних індустрій на основі поетапної інтеграції рамок WIPO–OECD/CSA–UNESCO/EC–UNCTAD, що передбачає поєднання показників прямого внеску (ВДВ/ВВП, зайнятість, зовнішня торгівля, податкові надходження) з оцінкою мультиплікативних ефектів (input-output) та запровадженням цифрового модуля (платформні доходи, транскордонні роялті/ліцензії), завдяки чому забезпечується повніше відображення внеску сектору в українських умовах високої частки самозайнятості й нематеріальних активів;

аналітичне обґрунтування оцінювання сектору через узгодження трьох груп показників: виробничих (ВДВ, частка у ВВП), підприємницьких (структура суб'єктів) і фіскально-експортних (податки, експорт послуг), що дозволяє точніше фіксувати цифрову переорієнтацію та визначати пріоритети підтримки;

підґрунтя оцінювання впливу креативних індустрій на економіку України у 2020–2024 рр. шляхом комплексної інтеграції макроекономічних, експортних, фіскальних, інноваційно-інвестиційних показників, показників зайнятості в єдину систему оцінювання, що дозволяє повніше враховувати багатовимірний характер економічних, структурних і адаптаційних ефектів креативного сектору в умовах цифровізації та воєнних викликів;

положення щодо формування системи економічних та управлінських інструментів функціонування креативних індустрій на основі інтегрованої моделі комплементарної дії фінансового, управлінсько-освітнього, регуляторного та інфраструктурного блоків, посиленої цифровими пріоритетами (VR/AR, геймдев, цифровий дизайн, CreaTech) і кількісним оцінюванням результативності через інтегральний індекс ІСІ та сценарне прогнозування до 2030 року.

Практичне значення одержаних результатів у розробленні науково обґрунтованих практичних рекомендацій щодо впливу креативних індустрій на економічний розвиток України.

Рекомендації автора використані у практичній діяльності:

В межах Узинської міської територіальної громади, Київської області, Білоцерківського району у структурі Стратегії розвитку громади на 2026 рік передбачено створення спеціального розділу «Креативна економіка». У ньому буде закладено комплекс заходів, спрямованих на підтримку культурно-мистецьких ініціатив, розвиток традиційних і сучасних ремесел, становлення крафтового виробництва, активізацію туристичного потенціалу, запровадження ІТ-сервісів та освітніх інноваційних проєктів (довідка від 09.09.2025 № 03-10-866);

Київська обласна рада VIII скликання у Стратегії розвитку культури Київської області до 2026 року передбачає напрям «Креативна економіка регіону», що поєднує традиційну культурно-мистецьку діяльність із сучасними формами творчості, розвитком культурного туризму та впровадженням цифрових сервісів. Для реалізації цього напрямку створено Координаційний центр креативних індустрій, покликаний координувати партнерські проєкти між театральними й музичними установами, закладами освіти, туристичними організаціями та приватним сектором, виконуючи функцію регіонального «хабу» для поєднання культури, інновацій і підприємництва (довідка від 23.10.2025 № 2393/03);

Впровадження в освітній процес Київського національного університету технологій та дизайну МОН України при викладанні дисципліни «Креативний менеджмент» для студентів спеціальності В12 «Культурологія та музеєзнавство», освітня програма «Культурологія» (довідка від 08.06.2026 № 02-58/1139).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є завершеним комплексним дослідженням, присвяченим обґрунтуванню та розробленню теоретико-методичних та прикладних положень щодо оцінювання та посилення впливу креативних індустрій на економічний розвиток України в умовах структурних трансформацій, цифровізації та євроінтеграції.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та висновки дисертації доповідалися й одержали схвалення на дванадцяти міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях.

Результати дослідження оприлюднені на міжнародних науковопрактичних конференціях: Міжнародний урбаністичний форум «Економіка відновлення міст»

у доповіді «Креативні індустрії, як основа розвитку сучасного світу» (м. Київ, 22-23 березня 2023р.), XVII Міжнародна науково-практична конференція «Science, theory and ways to improve methods» у доповіді «Цифровий контент як інструмент війни: вартість споживання, економічні та соціальні наслідки» (м.Лондон, 3 травня 2023 р.), XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Theoretical and applied aspects of the development of science» у доповіді «Креативність як елемент розвитку підприємництва» (м. Більбао, 09-12 травня 2023р), V Міжнародна науково-практична конференція КНУТД «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» у доповіді «Міжнародний досвід формування креативних індустрій» (м.Київ, 6 жовтня 2023р), V Міжнародна науково-практичної інтернет-конференція «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку» у доповіді «Вплив технологічних змін на креативні індустрії» (м. Київ, 2024р.), XV Міжнародна науково-практична конференція фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців «Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті» у доповіді «Міжнародне співробітництво у проектах креативних індустрій: можливості для України» (м. Одеса, 17-18 жовтня 2024р.), XX Міжнародна науково-практична конференція НАУ «Сучасні проблеми менеджменту» у доповіді «Економічні ефекти інвестицій у креативні індустрії: роль стратегічного менеджменту» (м. Київ, 25 жовтня 2024р.), Міжнародна науково-практична конференція «Інноваційна екосистема для відбудови України: Інтеграція науки, освіти та бізнесу» у доповіді «Роль креативного бізнесу в структурі економіки громади» (м. Київ, 3 жовтня 2025 р.).

Всеукраїнських науково-практичних конференціях: Всеукраїнська науково-практична конференція «КЗВО ОАНО Одеської обласної ради» «Соціальна відповідальність людства в контексті аксіологічних трансформацій» у доповіді «Важливість та значення культурної спадщини для збереження національної ідентичності народу» (м. Одеса, 20 вересня 2023р), IV Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості» у доповіді «Креативність та інновації: синергія в

економіці України» (м. Київ, 17 листопада 2023р.), II Всеукраїнська науково-практична конференція «Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні» у доповіді «Стратегії підтримки малого та середнього бізнесу креативних індустрій у кризових умовах» (м. Київ, 8 жовтня 2024р.), Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях» у доповіді «Міжнародний досвід підтримки та розвитку креативних індустрій та можливості його адаптації в Україні» (м. Київ, 28 березня 2025 р.).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 19 наукових праць, з них: 7 статей – у фахових виданнях з економіки, 12 публікацій – у матеріалах міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій.

Загальний обсяг публікацій – 5,7 друк. арк., з яких автору належить 5,6 друк. арк.

Структура й обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Загальний обсяг роботи становить 287 сторінок, з них основного тексту – 238 сторінок. Матеріали дисертації містять 33 таблиці, 8 рисунків, 6 Додатків. Список використаних джерел із 161 найменувань розміщено на 18 сторінках, додатки на 13 сторінках.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

1.1. Теоретичні основи формування терміну «креативних індустрій» як сектору економіки

Упродовж останніх десятиліть креативні індустрії остаточно утвердилися як один із найбільш динамічних і перспективних секторів світової економіки, що визначає стратегічні вектори інноваційного розвитку та підсилює конкурентоспроможність національних господарств. Вони демонструють стабільно високі темпи зростання навіть у періоди економічної турбулентності, слугуючи своєрідним «амортизатором» для національних економік. Креативний сектор виступає не лише джерелом економічної віддачі, але й каталізатором технологічних інновацій, соціокультурних трансформацій, урбаністичних рішень і нових моделей підприємництва, здатних поєднувати економічну ефективність із соціальною інклюзивністю.

Важливим чинником його зростання є здатність інтегрувати традиційні культурні практики з новітніми цифровими технологіями, що відкриває можливості для створення принципово нових продуктів і послуг. За даними ЮНЕСКО, культурні та креативні сектори формують близько 3,1% глобального валового внутрішнього продукту та забезпечують приблизно 6,2% загальної світової зайнятості, що дозволяє розглядати їх як «стратегічну інвестицію в економічний і соціальний розвиток» у довгостроковій перспективі. До цього додається мультиплікативний ефект: розвиток креативних індустрій стимулює суміжні галузі, зокрема туризм, освіту, ІТ, архітектуру та сферу послуг, створюючи синергію економічних і культурних результатів.

Зростання економічного та культурного значення цього феномену закономірно зумовило посилену увагу з боку науковців, міжнародних організацій, урядів і бізнес-спільноти до дефініції «креативні індустрії» та необхідності формування чітких теоретико-методологічних засад її інтерпретації. У сучасних умовах цей термін розглядається не лише як економічна категорія, але й як

міждисциплінарний концепт, що інтегрує економічні, соціальні, культурні та технологічні аспекти [1]. Таке розуміння відкриває можливість комплексного аналізу ролі креативних індустрій у формуванні інноваційного потенціалу суспільства та дозволяє визначати їх як ключовий інструмент економіки знань і сталого розвитку. Для повноти наукової інтерпретації необхідно врахувати історичні та теоретичні витоки сучасного підходу. Одним із таких витоків є поняття «культурні індустрії», що сформувалося у 1930–1940-х рр. у межах критики масового виробництва культурного продукту, зокрема у працях представників Франкфуртської школи Т. Адорно та М. Хоркгаймера [2] (табл.1.1).

У первинному значенні цей термін описував індустріалізацію культурної сфери, коли культурні твори ставали стандартизованими товарами, призначеними для масового споживання. До культурних індустрій традиційно відносили театральне мистецтво, музику, кіно, літературу, образотворче мистецтво, видавничу діяльність, телебачення та радіо. Головним ресурсом цих індустрій є культурний зміст та естетична цінність, тоді як економічний ефект розглядався як другорядний. Масштаб їхнього впливу зосереджувався переважно в культурній сфері, хоча вони могли забезпечувати й економічні вигоди у вигляді доходу та робочих місць.

Креативні індустрії виникли у 1990-х роках як розширене поняття, що інтегрує культурні сектори та інші види діяльності, засновані на творчості, інноваціях та комерціалізації інтелектуальної власності. Першою країною, де цей термін було офіційно закріплено, стала Австралія (урядовий звіт Creative Nation, 1994). Світове поширення поняття отримало завдяки Великій Британії, де у 1997–1998 рр. Департамент культури, медіа та спорту (DCMS) створив Цільову групу з питань креативних індустрій та опублікував Mapping Document for the Creative Industries [3]. Згідно з визначенням DCMS, креативні індустрії - це «індустрії, що беруть початок в індивідуальній творчості, навичках і таланті та які мають потенціал для створення добробуту і робочих місць через генерацію та комерціалізацію інтелектуальної власності» [4]. До них включають як традиційні культурні напрями (музику, театр, кіно, літературу), так і нові технологічні

сектори - дизайн, рекламу, архітектуру, моду, програмне забезпечення, відеоігри, мультимедіа. Економічний аспект у цьому випадку стає центральним, а масштаб впливу охоплює культурну, економічну та технологічну сфери.

Креативна економіка як макропоняття сформувалася на початку 2000-х рр. і позначає економічну систему, у якій творчість є системним ресурсом розвитку та конкурентоспроможності. Її зміст охоплює взаємодію творчого людського капіталу, інноваційних технологій та підприємницьких моделей. За визначенням ОЕСР, креативна економіка - це «сукупність секторів і процесів, де знання, креативність та інновації створюють економічну вартість і соціальний ефект» [5]. Джон Гокінз у праці *The Creative Economy* наголошує, що творчі індустрії можуть формувати значний відсоток ВВП за рахунок експорту інтелектуальної власності[6]; Річард Флорида у *The Rise of the Creative Class* підкреслює роль креативного класу як рушія міської та національної конкурентоспроможності [7]; Чарльз Лендрі у *The Creative City* розвиває концепцію креативного міста як середовища, що стимулює інноваційний розвиток [8] .

Ключові відмінності між цими трьома категоріями можна звести до кількох параметрів:

1. Походження: культурні індустрії є історично першими; креативні індустрії - розширена версія, що інтегрує економічну складову; креативна економіка - макропарадигма, де творчість виступає рушієм економічної системи.
2. Обсяг: культурні індустрії мають вузький культурний фокус; креативні індустрії - міждисциплінарний; креативна економіка - всеохоплюючий.
3. Ключовий ресурс: у культурних індустріях - культурний зміст і мистецька цінність; у креативних індустріях - індивідуальна творчість та інтелектуальна власність; у креативній економіці - креативний людський капітал у поєднанні з інноваційними технологіями.
4. Економічна роль: від другорядної (культурні індустрії) до центральної (креативні індустрії) і домінантної (креативна економіка).
5. Масштаб впливу: від обмеженого культурною сферою - до глобальної економіки та інноваційної екосистеми.

Таблиця 1.1

Порівняння понять: культурні індустрії, креативні індустрії, креативна економіка

Критерій	Культурні індустрії	Креативні індустрії	Креативна економіка
Походження терміну	1930–1940-ті рр., у контексті критики масової культури (Т. Адорно, М. Хоркгаймер).	1990-ті рр., офіційно введений у політичний обіг в Австралії (1994) та Великій Британії (1997–1998).	Початок 2000-х рр., популяризований працями Дж. Гокінза, Р. Флориди, Ч. Лендрі.
Основний зміст	Виробництво та розповсюдження культурного продукту, орієнтованого на масове споживання.	Сектори, засновані на творчості, талантові та інтелектуальній власності, з економічним потенціалом.	Економічна система, у якій творчість є ключовим ресурсом розвитку та конкурентоспроможності.
Приклади секторів	Музика, театр, кіно, видавництво, телебачення, радіо, образотворче мистецтво, культурна спадщина.	Дизайн, реклама, архітектура, мода, кіно, телебачення, музика, програмне забезпечення, відеоігри, ремесла.	Всі сектори, де творчість інтегрується в економічну діяльність: від мистецтва до високотехнологічних інновацій, стартапів, урбаністичних проєктів.
Ключовий ресурс	Культурний зміст, мистецька цінність.	Індивідуальна творчість і талант, інтелектуальна власність.	Креативний людський капітал як драйвер інновацій і економічного зростання.
Економічний аспект	Другорядний: культура розглядається передусім як соціальна та естетична цінність.	Центральний: творчість комерціалізується та приносить прибуток.	Домінантний: творчість інтегрується в економічну модель, формуючи макrorівневу стратегію розвитку.
Масштаб	Вужчий: охоплює переважно традиційні культурні сфери.	Ширший: поєднує культурні, технологічні та комерційні напрями.	Найширший: охоплює всі рівні економіки, де творчість є системним ресурсом.
Міжнародні інституції, що просувають	ЮНЕСКО, Ради з культури, міністерства культури.	ЮНЕСКО, ЄС (програма «Креативна Європа»), ОЕСР, ЮНКТАД, ВОІВ.	ОЕСР, ЮНКТАД, Світовий банк, ООН (UNDP, UNCTAD Creative Economy Programme).
Прикладні цілі	Збереження та розвиток культурної спадщини, підтримка мистецтва.	Стимулювання економічного зростання через творчі сектори, створення робочих місць.	Формування інноваційної, знанневої економіки, підвищення глобальної конкурентоспроможності.

Джерело: власна розробка автора

Поняття «культурні індустрії» традиційно охоплює галузі, пов'язані зі створенням, виробництвом та розповсюдженням культурних благ і послуг, що мають переважно художню, естетичну або спадщинну цінність. «Креативні індустрії» є ширшим терміном, який включає культурні індустрії, але також охоплює інші сфери, де творчість і інновації є основою для створення економічної вартості, зокрема дизайн, ІТ, рекламу, моду. «Креативна економіка» розглядається як макрорівневий підхід, що об'єднує всі галузі економіки, де творчий потенціал, інтелектуальна власність та інновації є ключовими ресурсами зростання та конкурентоспроможності [9]. Відмінності між цими категоріями полягають у масштабі, ресурсній базі та стратегічних цілях: якщо культурні індустрії зосереджені на збереженні та поширенні культурних цінностей, то креативні індустрії орієнтовані на комерціалізацію творчості, а креативна економіка - на інтеграцію творчих ресурсів у всі сектори економіки. Такий підхід дозволяє простежити еволюцію від вузького культурного фокусу до комплексної економічної парадигми, де творчість виступає рушієм інновацій, соціальних трансформацій і сталого розвитку.

Таким чином, еволюція від «культурних індустрій» до «креативної економіки» демонструє не лише зміну термінології, а й глибинну трансформацію світової економічної парадигми. Від початкової моделі, орієнтованої переважно на збереження, відтворення та поширення культурних цінностей як елементу соціокультурної ідентичності, розвиток пройшов до сучасної системи, у якій творчість, інтелектуальний капітал та інноваційний потенціал розглядаються як стратегічні ресурси економічного зростання, підвищення продуктивності та глобальної конкурентоспроможності.

Цей перехід відображає постіндустріальний зсув у світовій економіці, коли матеріальне виробництво поступово втрачає монопольну роль у створенні доданої вартості, а на перший план виходить економіка знань, у якій нематеріальні активи (ідейні розробки, дизайн, культурний брендинг, інтелектуальна власність) генерують значну частку ВВП. У межах креативної економіки інноваційність перестає бути виключно технологічною, набуваючи соціокультурного виміру, а

економічні стратегії країн і міст починають інтегрувати інструменти розвитку креативного потенціалу - від інвестицій у культурну інфраструктуру та освіту до стимулювання креативного підприємництва та стартап-екосистем.

Більше того, така еволюція свідчить про зміну ролі людини в економічних процесах: якщо у культурних індустріях творець виступав переважно постачальником культурного продукту, то в креативній економіці він є центральним агентом інноваційних перетворень, носієм унікальних компетенцій, здатним генерувати ідеї, які мають як соціальну, так і комерційну цінність. Таким чином, синергія культури, економіки та технологій стає основою стратегії сталого розвитку, а креативна економіка постає не лише як сектор, а як нова логіка функціонування глобального господарства, що визначає конкурентні переваги країн у XXI столітті.

У європейському дискурсі згодом закріпився комбінований термін «культурні та креативні індустрії» (ККІ), що дозволяє підкреслити відмінність між суто культурною діяльністю (створення й поширення культурної спадщини, мистецтва, літератури, музики, театру) та ширшими формами креативної економічної активності, у тому числі в технологічних і комерційних секторах.

Перші кроки до формування концепту «креативних індустрій» як окремої категорії було зроблено поза межами Європи. У 1994 році в Австралії урядовий звіт «Creative Nation» вперше на офіційному рівні використав термін *creative industries* для позначення сектору, в основі якого лежить творчість як економічний ресурс [10]. Втім, світового резонансу поняття набуло завдяки ініціативам Великої Британії. У 1997 році новоутворений Департамент культури, медіа та спорту Великої Британії (Department for Culture, Media & Sport, DCMS) створив Цільову групу з питань креативних індустрій (Creative Industries Task Force), яка отримала мандат на проведення системних досліджень і формування політики у цій сфері.

Вже у 1998 році британський уряд опублікував «Mapping Document for the Creative Industries» - перший детальний звіт-карту креативних індустрій, що офіційно ввів цей термін у політичний і науковий обіг [11]. Документ визначав

креативні індустрії як «індустрії, що беруть початок в індивідуальній творчості, навичках і таланті та які мають потенціал для створення добробуту і робочих місць через генерацію та комерціалізацію інтелектуальної власності». У цій дефініції наголошувалося на двох ключових компонентах: 1) творчості як базовому джерелі діяльності; 2) здатності до економічної конверсії творчих ідей через ринок інтелектуальної власності.

Британська класифікація 1998 року включала до креативних індустрій широкий спектр секторів: рекламу, архітектуру, дизайн, моду, кіно і відео, телебачення і радіо, музику, виконавські мистецтва, видавничу справу, програмне забезпечення та комп'ютерні ігри, образотворче мистецтво, ремесла та антикварний ринок. Такий перелік від початку засвідчив міждисциплінарну природу нового сектору, де культура, бізнес і технології взаємодіють як єдина екосистема.

Успіх британської моделі швидко привернув увагу інших країн та міжнародних інституцій. Наприкінці 1990-х - на початку 2000-х років концепт «креативні індустрії» почав активно інтегруватися у стратегії економічного розвитку багатьох держав. Європейський Союз у своїй політиці зазвичай використовує подвійну конструкцію «культурні та креативні індустрії», визнаючи відмінність між культурними секторами (культурна спадщина, театр, музика, література, кіно, телебачення, візуальні мистецтва) та креативними секторами, що дедалі більше охоплюють сфери цифрової економіки - розробку програмного забезпечення, відеоігри, мультимедіа, ІТ-сервіси. В ЄС ця подвійна рамка закріплена у програмі «Креативна Європа», спрямованій на підтримку ККІ.

Поняття «креативна економіка» з'явилося пізніше, на початку 2000-х, з метою підкреслити ширший соціально-економічний контекст творчої діяльності. Якщо креативні індустрії описують перелік конкретних галузей, то креативна економіка постає як системна парадигма, в якій творчість є рушієм економічного зростання та соціальних трансформацій [12]. Значний внесок у популяризацію цього підходу зробили Джон Гокінз, який аргументував економічну цінність творчих галузей; Річард Флорида, який виокремив феномен «креативного класу»

як ключового чинника розвитку міст; та Чарльз Лендрі, який розробив концепцію «креативного міста» як середовища для формування інноваційної економіки.

Вважаємо, що еволюція від «культурних індустрій» до «креативних індустрій», а згодом - до «креативної економіки» відображає зміну економічної парадигми XXI століття: перехід від індустріальної моделі, орієнтованої на матеріальне виробництво, до постіндустріальної, де головними факторами є знання, творчість і здатність до інновацій. У цій логіці творчість перестає бути лише культурним або естетичним процесом - вона стає економічним ресурсом, який формує конкурентоспроможність націй, регіонів і міст. Більше того, у сучасному світі, де технології постійно змінюють способи виробництва та споживання, креативні індустрії виконують роль інтегратора між культурною і цифровою економіками, створюючи синергію між гуманітарною та технологічною сферами.

Хронологічно розвиток концепції можна узагальнити так:

- 1930–1940-ті рр. - поява поняття «культурні індустрії» в дискусіях про масову культуру.
- Повоєнний період - інституційне оформлення культурних індустрій у національних політиках.
- 1994 р. - Австралія: урядовий звіт «Creative Nation» вперше вживає термін «creative industries».
- 1997–1998 рр. - Велика Британія: створення Creative Industries Task Force і публікація «Mapping Document for the Creative Industries».
- Кінець 1990-х – 2000-ті рр. - глобальне поширення концепції, інтеграція в політики різних країн та міжнародних організацій.

Початок 2000-х - формування парадигми «креативної економіки» та її інтелектуальна популяризація (Гокінз, Флорида, Лендрі). Їхні дослідження привернули увагу до ролі творчості як ключового ресурсу економічного зростання, урбаністичного розвитку та підвищення конкурентоспроможності територій.

Саме ця хвиля інтелектуальної популяризації створила підґрунтя для міждисциплінарного осмислення креативних індустрій, що зумовило появу у науковій літературі та експертному середовищі різних теоретичних підходів - від економічного до соціокультурного, від технологічного до правового.

Міждисциплінарна природа поняття «креативні індустрії» зумовила формування у науковій літературі та експертному середовищі цілої палітри теоретичних підходів, що відображають різні аспекти цього феномену - від економічного до соціокультурного, від технологічного до правового. Ця концептуальна багатогранність пояснюється тим, що креативні індустрії перебувають на перетині кількох систем - ринкової економіки, культурної сфери, цифрових технологій, інституційного середовища та глобальних комунікаційних мереж. Кожен підхід пропонує власну аналітичну оптику, визначаючи специфічні критерії і параметри аналізу: одні акцентують увагу на економічному внеску у ВВП і створенні робочих місць, інші - на збереженні культурної ідентичності та розвитку соціального капіталу, ще інші - на ролі інновацій і технологій як драйверів креативного виробництва. Така різновекторність досліджень дозволяє не лише комплексно оцінювати функції й потенціал креативних індустрій, а й виявляти внутрішні суперечності та виклики їхнього розвитку. У підсумку формується цілісне, хоча й багатовимірне бачення креативних індустрій як системного явища, яке одночасно виконує економічні, культурні, соціальні та інноваційні функції у глобальному масштабі (табл.1.2).

Таким чином, узагальнення наукових і прикладних підходів дозволяє побачити креативні індустрії як багатовимірну систему, у якій взаємодіють ринкові механізми, культурні процеси та технологічні інновації. Це розуміння створює основу для диференційованого аналізу, коли різні теоретичні рамки дають змогу акцентувати увагу на окремих вимірах і специфіці функціонування сектору. У цьому контексті одним із найбільш поширених і продуктивних є економіко-функціональний підхід, у межах якого креативні індустрії розглядаються як структурно окреслений сектор економіки, що складається з галузей, заснованих на виробництві й комерціалізації інтелектуального продукту.

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика теоретичних підходів до осмислення креативних індустрій

Підхід	Мета	Об'єкт уваги	Ключові інструменти	Провідні автори/інституції	Сильні сторони	Потенційні обмеження
Економіко-функціональний	Визначення креативних індустрій як економічного сектора, здатного генерувати додану вартість і робочі місця	Чітко окреслені галузі, що виробляють інтелектуальний продукт	Статистика економічного внеску, механізми комерціалізації, ІВ	Дж. Гокінз, ЮНКТАД, ОЕСР	Чіткі економічні показники, інтеграція в стратегії зростання	Недооцінка культурної та соціальної цінності
Соціокультурний	Збереження та розвиток культурної спадщини, визнання культурної цінності продукту	Культурний капітал, мистецькі та культурні цінності	Модель концентричних кіл, культурна політика	Д. Тросбі, ЮНЕСКО	Підкреслює культурну ідентичність, соціальну згуртованість	Менше уваги до економічної ефективності
Інноваційно-технологічний	Інтеграція творчості в інноваційні екосистеми	Зв'язок із цифровими технологіями та економікою знань	Creative Industries 4.0, цифрові платформи, AI, AR/VR	С. Каннінгем, інші дослідники цифрової креативності	Підсилення інноваційного потенціалу, створення нових ринків	Виклики ІВ в онлайні, ризик технологічної залежності
Урбаністично-соціальний	Розвиток міст і регіонів через концентрацію креативності	Креативні кластери, культурні хаби, міська інфраструктура	Культурне планування, інвестиції в простори	Р. Флорида, Ч. Лендрі	Підвищення привабливості міст, розвиток туризму	Можлива нерівність між центром і периферією
Правовий	Створення сприятливого нормативного середовища	Захист прав інтелектуальної власності	Законодавство, колективне управління правами	ВОІВ/WIPO	Забезпечує правову стабільність, захист інтересів творців	Не вирішує питання фінансування та розвитку ринку
Сталий та інклюзивний	Інтеграція креативних індустрій у стратегії сталого розвитку	Культурна сталість, соціальна інклюзія	ЦСР ООН, культурна участь, інклюзивні програми	ЮНЕСКО, ЮНКТАД	Гармонізація економічних і соціальних цілей	Вимагає складної міжсекторальної координації
Критичний	Переосмислення концепції з точки зору соціальної справедливості	Соціальні наслідки креативної економіки	Аналіз прекарності, нерівності доступу	К. Оуклі, Дж. О'Коннор	Виявляє приховані ризики, зберігає баланс між економікою і культурою	Може сприйматися як надмірно песимістичний

Джерело: власна розробка автора

Провідні представники, зокрема Джон Гокінз, підкреслюють здатність творчих галузей генерувати додану вартість, створювати робочі місця та стимулювати економічне зростання за рахунок монетизації творчості. Такої позиції дотримуються й міжнародні економічні організації - ЮНКТАД та ОЕСР, які визначають креативний сектор як ключовий драйвер інноваційної динаміки у глобальній економіці знань. У цьому контексті важливе місце займає інститут інтелектуальної власності: за даними ВОІВ, саме ефективний механізм захисту авторських прав, патентів і торговельних марок є передумовою конвертації творчої діяльності в економічний капітал. Окрім економічної складової, цей підхід водночас акцентує увагу на культурній та соціальній цінності креативних індустрій, підкреслюючи їхню здатність зберігати культурну спадщину, зміцнювати соціальну згуртованість і сприяти розвитку людського потенціалу. Таким чином, економіко-функціональний аналіз поєднує оцінку фінансових результатів і нематеріальних вигод, створюючи підґрунтя для комплексної державної політики у цій сфері.

Соціокультурний (культуроцентричний) підхід наголошує на культурній та соціальній цінності креативних індустрій. У працях Девіда Тросбі та в документах ЮНЕСКО підкреслюється подвійна природа творчого продукту: він одночасно є економічним товаром і носієм культурного, нематеріального змісту. Тросбі вводить поняття «культурного капіталу» та пропонує модель концентричних кіл, де ядром виступають види мистецтва, що безпосередньо продукують культурні цінності (музика, література, театр, образотворче мистецтво), а периферію складають сектори, орієнтовані на комерційний успіх (дизайн, реклама, мас-медіа) [13]. Цей підхід наголошує: культура не може бути зведена лише до економічної категорії, адже її значення значно ширше й охоплює такі фундаментальні аспекти, як формування суспільної ідентичності, зміцнення єдності та забезпечення соціальної згуртованості. У цьому світлі креативні індустрії постають не лише як виробники товарів і послуг, але й як носії цінностей та символів, що визначають культурний обрис нації. Водночас прихильники інноваційно-технологічного підходу, серед яких Стюарт Каннінгем,

розглядають креативні індустрії як невід’ємну складову інноваційної екосистеми цифрової епохи, що інтегрує творчість із новітніми технологіями для створення конкурентоспроможних продуктів і сервісів на глобальному ринку [14].

У такій інтерпретації творчий сектор тісно взаємодіє з IT-галуззю, освітою, науковими дослідженнями та підприємництвом. З’являється концепт «Creative Industries 4.0», що позначає етап розвитку, інтегрований з технологіями штучного інтелекту, великими даними, блокчейном, AR/VR, стримінговими сервісами. Цей підхід акцентує увагу як на перевагах цифровізації - зокрема, формуванні глобальних ринків контенту та розширенні доступу до творчих продуктів, - так і на супутніх викликах, серед яких захист прав інтелектуальної власності в онлайн-середовищі та пошук ефективних моделей монетизації цифрового контенту. У свою чергу, урбаністично-соціальний підхід, розроблений Річардом Флоридою та Чарльзом Лендрі, зосереджується на вивченні просторової організації креативних індустрій, а також на ролі творчості як рушійної сили економічного розвитку міст і регіонів. Він підкреслює значення креативного капіталу для формування інноваційних кластерів, підвищення якості міського середовища та зміцнення глобальної конкурентоспроможності територій. Ідея «креативного класу» (Флорида) та «креативного міста» (Лендрі) акцентує, що концентрація творчих фахівців у певних територіях (кластерах, культурних хабах, креативних кварталах) стимулює інноваційність, підприємництво та економічне зростання [15]. Міська креативна інфраструктура - від культурно-мистецьких центрів і арт-кластерів до інноваційних хабів та технологічних парків - розглядається як стратегічний ресурс, здатний стимулювати економічне зростання, приваблювати інвестиції та підвищувати якість життя у містах і регіонах. Вона стає невід’ємним елементом довгострокових програм урбаністичного розвитку та конкурентної стратегії територій. У цьому контексті правовий підхід зосереджується на нормативно-правовому забезпеченні функціонування креативних індустрій, охоплюючи питання авторського права, патентного захисту, договірних відносин у сфері творчого підприємництва та регуляцій, які впливають на розвиток сектору.

ВОІВ трактує їх як *copyright-based industries*, тобто галузі, залежні від захисту авторського права та суміжних прав. Правове середовище - від сучасної та узгодженої з міжнародними стандартами нормативної бази до ефективно функціонуючих інститутів колективного управління правами - виступає ключовою передумовою стійкого розвитку креативного бізнесу, забезпечуючи баланс між захистом інтересів авторів і доступом суспільства до культурних благ. У цьому контексті сталий та інклюзивний підхід, сформований під впливом стратегічних документів ЮНЕСКО та ЮНКТАД, розглядає креативні індустрії як потужний інструмент досягнення Цілей сталого розвитку ООН. Зокрема, він акцентує на їх здатності сприяти реалізації ЦСР 8 (сприяння стійкому економічному зростанню та продуктивній зайнятості), ЦСР 9 (розвиток інновацій та інфраструктури) та ЦСР 11 (формування сталих і безпечних міст та громад). У межах цього підходу головний акцент робиться на культурній сталійності, збереженні різноманіття, інклюзивності та зміцненні соціальної згуртованості як фундаментальних складових розвитку креативного сектору. Водночас представники критичної політичної економії, зокрема Кейт Оуклі та Джастін О'Коннор, застерігають від ризику надмірної комерціалізації креативних індустрій, коли пріоритет культурної цінності та суспільного значення творчої діяльності поступається місцем домінуванню економічних показників і логіки ринкової ефективності [16]. Вони звертають увагу на проблеми прекарності праці, регіональної нерівності, витіснення локальних культурних форм глобалізованими продуктами масового ринку.

Вважаємо, що наявність різноманітних підходів до інтерпретації креативних індустрій підтверджує, що цей феномен не може бути розкритий у межах одного наукового напрямку. Економічна ефективність, культурна цінність, технологічна інноваційність, правові механізми та соціальний вплив утворюють взаємопов'язану систему, у якій зміни в одному вимірі неминуче відбиваються на інших. На нашу думку, у сучасних умовах доцільно інтегрувати елементи всіх наведених підходів у синтетичну модель аналізу креативних індустрій. Така модель має поєднувати економічні й технологічні можливості з культурною

сталістю, правовою захищеністю та інклюзивністю, забезпечуючи як зростання ВВП і конкурентоспроможність, так і збереження культурної ідентичності та соціальної згуртованості.

Модель розвитку креативних індустрій повинна органічно поєднувати економічні та технологічні можливості з культурною ідентичністю, правовою захищеністю та інклюзивністю, створюючи збалансовану основу для довгострокового поступу.

Економічний аспект моделі передбачає зростання ВВП, підвищення конкурентоспроможності та залучення інвестицій через розвиток секторів, що ґрунтуються на творчості та інноваціях. Важливими інструментами є податкові стимули, державні гранти, венчурне фінансування та експортна підтримка. Приклади: національні стратегії креативної економіки у Великій Британії, Австралії та Південній Кореї [17].

Технологічний вимір охоплює впровадження цифрових інновацій, створення інноваційних кластерів, технологічних парків та платформ для глобального розповсюдження креативного продукту. Цифровізація дозволяє масштабувати ринки, створювати нові бізнес-моделі та посилювати доступ до світової аудиторії. Приклад: програми підтримки цифрових креативних індустрій в ЄС та Канаді [18].

Культурна складова передбачає збереження та популяризацію культурної спадщини, розвиток творчого потенціалу та підтримку культурного різноманіття. Вона забезпечує сталість ідентичності та слугує основою для формування унікальних конкурентних переваг на світовому ринку.

Правовий компонент моделі передбачає ефективний захист прав інтелектуальної власності, наявність сучасного законодавства та дієвих інститутів колективного управління авторськими правами. Це є необхідною умовою для конвертації творчої діяльності в економічний капітал.

Соціальний та інклюзивний вимір моделі спрямований на розвиток людського капіталу, підтримку інклюзивності та забезпечення рівного доступу до

культурних і креативних ресурсів. Особлива увага приділяється освіті, професійній підготовці та залученню різних соціальних груп.

Ефективна модель розвитку креативних індустрій базується на взаємодії всіх складових. Економічне зростання підсилюється технологічними інноваціями, культурна сталість зміцнюється через правову захищеність, а соціальна інклюзія забезпечує широке залучення талантів. Така синергія формує комплексний ефект, що підвищує стійкість і глобальну конкурентоспроможність сектора.

Таким чином, модель розвитку креативних індустрій, яка інтегрує економічні, технологічні, культурні, правові та соціальні аспекти, є стратегічним ресурсом сталого розвитку. Вона дозволяє досягати економічних і соціокультурних цілей одночасно, забезпечуючи баланс між творчістю та комерціалізацією, інноваціями та традиціями, глобалізацією та збереженням культурної ідентичності.

Одним із ключових методологічних викликів у дослідженні креативних індустрій є чітке визначення їхніх меж та внутрішньої структури, тобто встановлення, які саме галузі, види економічної діяльності та форми творчої продукції доцільно відносити до цього сектора. Це завдання ускладнюється тим, що станом на сьогодні не існує єдиного універсального міжнародного стандарту, який би однозначно регламентував склад креативних індустрій. Різні країни та міжнародні організації (зокрема ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ОЕСР, ЄС, ВОІВ) застосовують власні переліки галузей, виходячи з національних історичних, культурних, соціальних і економічних особливостей, а також з огляду на стратегічні пріоритети розвитку та завдання статистичного обліку.

В одних випадках класифікації мають ширший охоплення, включаючи такі сфери, як розробка ігор, інформаційні технології, наукові дослідження у сфері дизайну чи навіть кулінарне мистецтво; в інших - вони зосереджуються на більш вузькому культурному ядрі, де домінують мистецькі, медіа- та видавничі галузі. Водночас, у міжнародній науковій та експертній практиці поступово сформувалося відносно усталене «ядро» сектора, до якого більшість дослідників і класифікацій відносять сфери, пов'язані зі створенням і комерціалізацією

культурних та інтелектуальних продуктів, заснованих на творчих здібностях людини. Це ядро охоплює, зокрема, архітектуру, дизайн, аудіовізуальне виробництво, музичну індустрію, видавничу справу, сценічні мистецтва, рекламу, моду та інші напрями, що поєднують креативний зміст із економічною цінністю (табл.1.2).

Таблиця 1.3

Класифікацій креативних індустрій

Організація / джерело	Основні галузі, що входять до складу креативних індустрій
ЮНЕСКО	Образотворче мистецтво, сценічні мистецтва, музика, кіно, аудіовізуальне виробництво, видавнича справа, ремесла, культурна спадщина, реклама, дизайн, архітектура
ОЕСР	Реклама, архітектура, мистецтво, ремесла, дизайн, мода, кіно, музика, виконавські мистецтва, видавнича справа, телебачення, радіо, програмне забезпечення, інтерактивні ігри
Європейський Союз	Культурна спадщина, архіви, бібліотеки, музеї, візуальне мистецтво, сценічні мистецтва, аудіовізуальне виробництво, дизайн, реклама, мода, медіа, цифровий контент
ЮНКТАД	Традиційні культурні вирази (ремесла, фестивалі), культурна спадщина, видавнича справа, візуальне мистецтво, аудіовізуальне виробництво, дизайн, нові медіа, креативні послуги

Джерело: власна розробка автора

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у широкому трактуванні зараховує до культурних і креативних секторів такі галузі, як реклама, архітектура, книговидавництво, преса і журнали, дизайн, мода, кіно й телебачення, танець і театр, музика, образотворче мистецтво, бібліотеки та архіви, музеї, галереї та історичні пам'ятки, радіомовлення, відеоігри, а також інші види діяльності, що ґрунтуються на творчих практиках. Такий підхід поєднує ринкові сегменти (реклама, медіа, дизайн) та неринкові інституції (музеї, бібліотеки, архіви), підкреслюючи відносну умовність меж між комерційною та неприбутковою діяльністю у креативному секторі.

Британська класифікація (DCMS) історично охоплює 13 секторів, серед яких - мистецтво, медіа, дизайн, модна індустрія, ІТ-компонент (розробка програмного забезпечення та ігор). Європейська Комісія у своїх підходах до «культурних та креативних індустрій» (ККІ) розділяє їх на культурні (традиційні мистецькі сектори) та креативні (новітні та промислово орієнтовані сектори). Так, культурні індустрії включають культурну спадщину, візуальні та сценічні мистецтва, художні промисли, літературу, музичну індустрію, аудіовізуальні медіа, видавничий сектор; креативні індустрії - рекламу, архітектуру, дизайн, моду, цифрові творчі сектори, розробку ігор і програмного забезпечення.

Важливо відзначити, що розвиток цифрових технологій розширює межі сектора. Поява стримінгових платформ, ринків онлайн-контенту, соціальних медіа та ігрової індустрії у нових форматах призводить до постійного зростання кількості підгалузей. При цьому значну роль у наукових підходах відіграє модель концентричних кіл (Д. Тросбі), де:

- ядро становлять мистецькі дисципліни (творчість у чистому вигляді);
- наступний рівень - культурні індустрії (музика, кіно, театр, література), які виробляють культурний продукт для ринку;
- далі - широкі креативні індустрії (дизайн, реклама, мода), що застосовують творчість як інструмент у бізнесі;
- на периферії - креативні професії у «не-креативних» секторах (наприклад, дизайнер в автомобільній компанії) [19].

За даними ОЕСР, близько 40% фахівців творчих професій працюють поза межами власне креативних індустрій, інтегруючи креативність в інші економічні сфери [20]. Це підкреслює проникаючий характер впливу творчості на сучасну економіку.

Міжнародні організації (ЮНЕСКО, Євростат) вживають зусиль для гармонізації статистичних рамок та понятійного апарату, розробляючи, зокрема, UNESCO Framework for Cultural Statistics (2009), де поряд із сучасними креативними секторами враховується і традиційна культура (нематеріальна спадщина, народні промисли). При цьому межі сектора залишаються

динамічними: з'являються нові види діяльності (наприклад, індустрія мобільних додатків, контенту для соцмереж), а деякі традиційні сегменти (друкована преса) скорочуються через технологічну трансформацію.

Еволюція термінології демонструє зміну акцентів:

1. Культурні індустрії - концепт, що сформувався у другій половині ХХ ст., зосереджений на масовому виробництві та поширенні культурних благ (видавництво, музична індустрія, кіно, телебачення). У фокусі - культурний зміст і його комерційна репродукція.
2. Креативні індустрії - розширене поняття, що охоплює будь-які сфери, де головним ресурсом є творчість, знання та інтелектуальна власність (включно з ІТ, дизайном, рекламою). Акцент на інноваційності, підприємництві та економічній цінності творчості.
3. Креативна економіка - макророзуміння, що охоплює не лише галузі креативних індустрій, а й усі економічні процеси, пов'язані з творчістю (у т.ч. креативні професії в інших секторах, творчий туризм, креативне містопланування). За визначенням ЮНКТАД, це «система, заснована на творчих активах, що здатні стимулювати економічне зростання, культурну різноманітність та соціальну інклюзію» [21].

На нашу думку, аналіз меж і структури сектора креативних індустрій має виходити з триєдиного підходу:

1. Ядро - мистецькі дисципліни та культурні індустрії, що формують основу культурної ідентичності.
2. Широке кільце - креативні індустрії, що інтегрують творчість у комерційні та технологічні процеси.
3. Периферія - вплив творчості на інші сектори економіки (креативні професії у виробництві, науці, сервісах).

Такий підхід дозволяє уникнути як надмірного звуження (зведення креативних індустрій лише до культури), так і надмірного розширення (включення будь-якої інноваційної діяльності без урахування культурного виміру). У стратегічному плані він сприяє формуванню збалансованої політики, де

культурна сталість, економічна ефективність та інноваційність взаємно підсилюють одна одну.

Протягом останніх двох десятиліть концепція креативних індустрій стала важливим інструментом формування нових підходів до економічного розвитку, культурної політики та глобальної конкурентоспроможності країн. Її вплив виявляється у стратегічному плануванні, законодавчих реформах, інституційних перетвореннях, економічному брендингу та переосмисленні соціокультурної ролі творчості. У сучасних умовах креативні індустрії розглядаються не лише як культурний феномен, а як самостійний сектор економіки, що має потенціал мультиплікативного впливу на інновації, зайнятість і міжнародну інтеграцію.

Багато країн офіційно інтегрували розвиток креативних індустрій у свої національні стратегії, визнавши їх важливим інструментом диверсифікації економіки та створення доданої вартості. Велика Британія була піонером у цій сфері: починаючи з кінця 1990-х років, через діяльність Департаменту культури, медіа та спорту (DCMS), вона реалізує послідовні програми підтримки креативних секторів. Це принесло вагомий економічний результат - у 2023 р. внесок креативних індустрій у ВВП країни перевищив £100 млрд, а сектор став одним із ключових експортних напрямів. За британським прикладом, подібні стратегії були розроблені в Австралії (Creative Australia), Канаді, Південній Кореї, Сінгапурі. У країнах, що розвиваються, розвиток креативних індустрій став частиною національних «дорожніх карт» (ЮНКТАД, ЮНЕСКО). Індонезія створила Агентство з розвитку креативної економіки (BEKRAF) та ініціювала проголошення 2021 року Роком креативної економіки ООН, а Колумбія офіційно закріпила поняття «помаранчевої економіки» (*economía naranja*) у державній стратегії. Китай у межах п'ятирічних планів включив розвиток культурних і творчих секторів, що сприяло стрімкому зростанню відеоігор, кіноіндустрії та дизайну.

Зростання значення креативних індустрій зумовило створення спеціалізованих державних інституцій та нових форматів управління. Уряди трансформують класичні міністерства культури, розширюючи їхні повноваження

у сфері цифрових технологій, інновацій та медіа. В Україні Міністерство культури та інформаційної політики інтегрує культурну й інформаційну політику в єдину систему. В ЄС, Сінгапурі та Польщі діють спеціалізовані фонди та програми (Creative Europe, DesignSingapore Council, «Креативна Польща»), які фінансують творчі стартапи, кластери та інноваційні культурні проекти. Розвивається мережа креативних хабів та арт-кварталів, що забезпечують митцям та підприємцям доступ до інфраструктури, наставництва та міжнародних мереж [22].

Концепція креативних індустрій посилила увагу до правового регулювання інтелектуальної власності, цифрових медіа та творчого підприємництва. У низці країн були оновлені закони про авторське право (ЄС ухвалив Директиву про авторське право на єдиному цифровому ринку, 2019), впроваджено податкові стимули для кіновиробництва (Канада, Нова Зеландія) та IT-стартапів, адаптовано трудове законодавство до потреб креативного сектору, зокрема в частині фрілансу та проектної зайнятості.

Креативні індустрії стали інструментом побудови позитивного іміджу країни та розвитку її «м'якої сили» (soft power). Південна Корея інвестувала у розвиток К-поп, телесеріалів і геймдеву, що сприяло формуванню бренду «Creative Korea». Велика Британія позиціонує себе як глобальний центр креативності через кампанії «Britain is GREAT». Країни Скандинавії підкреслюють інноваційність дизайну, Франція - поєднання культурної спадщини та сучасного мистецтва, США - традиційне лідерство в Голлівуді та музичній індустрії. Для країн, що розвиваються, це шанс відійти від сировинної залежності, розвиваючи творчі сектори як економічний драйвер.

Впровадження концепції креативних індустрій змінило роль культури в політиці - від сфери, що потребує субсидій, до сектора, який генерує економічну віддачу. Пандемія COVID-19 виявила вразливість творчих професій, що стимулювало уряди до впровадження грантів, субсидій на цифровізацію та підтримки малого бізнесу у сфері креативності. ЮНЕСКО наголошує на

необхідності інтегрованого підходу, коли культура враховується в економічному плануванні, освіті та урбаністичній політиці.

Вважаємо, що сучасний розвиток креативних індустрій демонструє, що вони не лише інтегруються у державну економічну стратегію, але й впливають на її зміст. Зростає потреба в системному підході, що поєднує економічну, культурну, освітню та інноваційну політику. На мою думку, успішні моделі розвитку креативних індустрій у XXI столітті базуватимуться на трьох складових:

- Інституційна зрілість - наявність компетентних органів, які здатні адаптувати політику до технологічних і культурних змін.
- Економічна інтеграція - включення креативних індустрій у стратегії інноваційного розвитку, експорту та регіонального вирівнювання.
- Культурна інклюзія - підтримка креативності не лише у мегаполісах, але й у регіонах, що потребують економічного відродження.

Таким чином, концепція креативних індустрій стала ключовим елементом нового економічного порядку, у якому творчість і знання виступають рівноправними ресурсами поряд із капіталом і технологіями, формуючи фундамент для сталого та інклюзивного розвитку.

Отже, концепція «креативних індустрій» пройшла трансформаційний шлях - від поодиноких згадок у політичних дискурсах та експертних звітах до визнаного концепту, який посідає центральне місце в сучасній економічній теорії та державній політиці. Її виникнення на стику культури та економіки віддзеркалює глибинні зрушення постіндустріальної епохи: перехід від економіки, орієнтованої на матеріальне виробництво, до економіки знань, де творчість, інновації та інтелектуальний потенціал стають стратегічними ресурсами створення доданої вартості.

Еволюція поняття від «культурних індустрій» до «креативної економіки» була зумовлена як історично сформованими культурними практиками, так і новими викликами цифрової ери. Теоретичні основи цього сектору сформував представники різних наукових напрямів - економісти, культурологи, соціологи, фахівці з урбаністики та права. Така міждисциплінарність дозволила виявити

багатовимірну природу креативних індустрій: вони одночасно є ринковим сегментом, що генерує прибуток на основі креативного продукту, та носієм культурних сенсів; вони базуються на індивідуальній творчості, але досягають максимального ефекту у взаємодії в мережах і кластерах; вони потребують чіткого захисту прав інтелектуальної власності, але водночас залежать від вільного доступу до інформаційних ресурсів; вони демонструють високий економічний мультиплікатор, але вимагають зваженої політики, здатної зберегти баланс між комерціалізацією та збереженням культурної ідентичності.

Динамічний розвиток технологій та зміни суспільних потреб постійно розширюють межі креативних індустрій, інтегруючи їх у суміжні сектори - від туризму та освіти до високотехнологічного виробництва. Це підтверджує системність феномену креативної економіки та її здатність адаптуватися до глобальних трансформацій. При цьому відмінність між «культурними індустріями», «креативними індустріями» та «креативною економікою» полягає не лише у термінології, а й у зміні філософії розвитку - від збереження культурних надбань до активного використання творчості як драйвера економічного зростання.

Міжнародна легітимація цього концепту стала можливою завдяки активній діяльності таких організацій, як ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ОЕСР та ВОІВ, а також завдяки державам, які першими інтегрували креативний компонент у свою економічну стратегію. Це дало змогу як розвиненим, так і країнам, що розвиваються, сформуванню власних політик розвитку творчого потенціалу, які враховують як економічні, так і культурні пріоритети.

На сучасному етапі креативні індустрії виконують подвійну функцію: вони одночасно є інструментом економічної диверсифікації та засобом культурного брендингу країн на глобальній арені. Вони здатні створювати робочі місця, оживлювати міські простори, стимулювати інновації та формувати позитивний міжнародний імідж. Авторське бачення полягає в тому, що ефективний розвиток цього сектору вимагає триєдиного підходу: (1) стратегічної інтеграції креативних індустрій у всі рівні економічної політики; (2) балансу між ринковими

механізмами та культурною місією; (3) побудови сталих екосистем, де творчість розглядається як суспільне благо, а не лише як товар.

Таким чином, креативні індустрії стали символом економіки XXI століття - гнучкої, інноваційної та орієнтованої на людський капітал. Виклики майбутнього, включно з цифровою трансформацією, глобальними кризами та культурною гібридизацією, вимагатимуть від урядів і бізнесу нових форм співпраці та стратегій, щоб примножити економічний ефект креативності, зберігаючи при цьому її культурну автентичність. Саме цей баланс і є ключем до сталого розвитку креативної економіки у глобальному масштабі.

1.2. Концепція та профілі креативних індустрій у провідних країнах світу

У сучасному глобальному дискурсі термін «креативні індустрії» використовується для позначення секторів економіки, що ґрунтуються на творчості, інтелектуальній власності, знаннях і культурному капіталі. Хоча у світовій практиці не існує єдиного, універсально прийнятого визначення цього поняття, загальною є позиція, згідно з якою креативна (або культурна та креативна) економіка розглядається як сукупність видів діяльності, що виникають на перетині творчих ідей, інтелектуальної власності, технологій і знань, трансформуючи їх у товари, послуги та контент із високою символічною цінністю.

Визначальною характеристикою креативних індустрій є поєднання економічної та культурної складових. Вони створюють продукти та послуги, які мають не лише комерційний, але й культурний, соціальний та ідентифікаційний сенс. До типових сфер відносять:

- візуальні мистецтва та дизайн (графічний, індустріальний, інтер'єрний);
- медіа та розваги (кіно, телебачення, радіо, стрімінгові платформи, комп'ютерні ігри);
- музику та виконавські мистецтва (театр, концертна діяльність, фестивалі);
- архітектуру та моду;
- видавничу справу, рекламу та маркетингові комунікації;

- ремесла та традиційні художні промисли;
- цифрові творчі індустрії (розробка програмного забезпечення, AR/VR-контент, 3D-дизайн) [23].

У міжнародних документах поширені споріднені терміни: «культурні та креативні індустрії» (ЮНЕСКО), «креативна економіка» (ЮНКТАД, ООН), «індустрії, засновані на авторському праві» (ВОІВ). Важливою віхою стало ухвалення Конвенції ЮНЕСКО 2005 року про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження, яка офіційно закріпила подвійний – економічний і культурний – статус сучасних творчих продуктів. Саме після цього документу креативні індустрії почали розглядатися урядами та міжнародними організаціями як стратегічні драйвери розвитку.

Особливого значення набув 2021 рік, проголошений Генеральною Асамблеєю ООН Міжнародним роком креативної економіки в інтересах сталого розвитку. Це рішення не лише підкреслило внесок креативних індустрій у досягнення Цілей сталого розвитку ООН (ЦСР), а й надало додатковий імпульс формуванню глобальної та національних політик підтримки творчих секторів, доручивши ЮНКТАД та ЮНЕСКО координувати моніторинг і впровадження відповідних стратегій.

Дослідження механізмів функціонування суб'єктів креативної індустрії є багатовимірним і комплексним завданням, оскільки цей сектор інтегрує економічну, культурну, технологічну та соціальну складові, формуючи унікальний простір для взаємодії творчості та бізнесу. На відміну від традиційних галузей, креативні індустрії оперують не лише матеріальними активами, а й нематеріальними ресурсами - інтелектуальною власністю, культурними смислами, творчими ідеями та інноваційними підходами до виробництва й споживання. Це зумовлює необхідність спеціальних підходів до аналізу їх функціонування, що враховують як ринкові механізми, так і вплив соціокультурного середовища, державної політики та глобальних трендів.

У сучасному науковому дискурсі сформувався широкий спектр теоретичних підходів, які пояснюють специфіку діяльності креативних підприємств,

закономірності їхньої поведінки на ринку та механізми взаємодії з інституційним середовищем. Ці теорії охоплюють як макрорівень - вплив креативної економіки на конкурентоспроможність держави та регіонів, так і мікрорівень - стратегічні моделі розвитку окремих суб'єктів та їхню інтеграцію у глобальні ланцюги доданої вартості.

З одного боку, креативний сектор функціонує в умовах високої динаміки ринку, технологічних інновацій і зміни моделей споживання, що вимагає від його учасників гнучкості та здатності швидко адаптуватися. З іншого - він тісно пов'язаний з культурною спадщиною, ціннісними орієнтирами та національною ідентичністю, що обумовлює важливість балансування між комерційною ефективністю та суспільно-культурною місією.

В українських реаліях, особливо в умовах воєнних викликів і перспектив повоєнного відновлення, дослідження механізмів функціонування суб'єктів креативної індустрії набуває особливої актуальності. Тут необхідно враховувати не лише класичні моделі розвитку, але й унікальні фактори - вплив кризи безпеки, мобільність творчих кадрів, переорієнтацію на міжнародні ринки, цифрову трансформацію та культурну дипломатію як інструмент міжнародного позиціонування України.

Дослідження функціонування суб'єктів креативної індустрії вимагає комплексного підходу, оскільки цей сектор поєднує економічні, культурні, соціальні та технологічні аспекти. У науковому дискурсі сформувався спектр концепцій, які пояснюють специфіку діяльності креативних підприємств, їхню ринкову поведінку та взаємодію з інституційним середовищем.

Однією з найбільш впливових є теорія креативного класу (Creative Class Theory), розроблена Річардом Флоридою. Вона виходить з того, що економічне зростання територій визначається рівнем концентрації так званого «креативного класу» - інженерів, дизайнерів, митців, науковців, IT-фахівців. Флорида наголошує: «творчі люди обирають місця проживання не лише за рівнем зарплат, а за якістю життя, культурним середовищем та толерантністю». Розвиток міст, згідно з цією теорією, залежить від «трьох Т» - Talent (талант), Technology

(технології), Tolerance (толерантність). Міста з високою концентрацією креативного класу демонструють прискорені темпи економічного зростання, а культурна інфраструктура виступає магнітом для інноваційних компаній [24]. Прикладами успішної реалізації цієї концепції є Берлін, Амстердам, Торонто. В українському контексті до початку повномасштабної війни подібну роль виконували Львів, Київ і Харків, концентруючи IT-індустрію, дизайн, медіа та культурні події.

Іншим важливим підходом є неоінституціональна теорія, розроблена Дугласом Нортом та Олівером Вільямсоном. Вона підкреслює, що ефективність креативних індустрій залежить від якості інституцій - як формальних (законодавство, судова система, податкова політика, механізми захисту авторських прав), так і неформальних (цінності, традиції, норми поведінки). Згідно з цією теорією, слабкі інститути виступають бар'єром для інноваційної активності, тоді як прозорі правила та захист інтелектуальної власності стимулюють інвестиції. Соціальний капітал і довіра зменшують транзакційні витрати та сприяють довгостроковій стабільності. У міжнародній практиці яскравим прикладом є програма Creative Europe ЄС, яка поєднує регуляторну підтримку та фінансування культурних і креативних проєктів. Для забезпечення стійкого розвитку креативних індустрій необхідним є наявність чіткої та ефективної правової бази, яка встановлює правила взаємодії суб'єктів цього сектору та регламентує основні аспекти їхньої діяльності. Нормативно-правові акти виступають фундаментом функціонування галузі, визначаючи права й обов'язки учасників ринку, механізми охорони інтелектуальної власності, процедури ліцензування, а також інші регуляторні інструменти, що безпосередньо впливають на розвиток креативної економіки.

До ключових нормативно-правових актів, які формують правове поле креативних індустрій в Україні, належать:

- **Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII** «Про внесення змін до Закону України “Про культуру” щодо визначення поняття “креативні індустрії», у якому визначено, що креативні індустрії - це види економічної діяльності, спрямовані на

створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а продукти й послуги цих галузей є результатом індивідуальної творчості [25]. Закон також акцентує на необхідності збереження, підтримки та заохочення культурного розмаїття як важливого чинника сталого розвитку держави.

- **Указ Президента України від 18.08.2020 № 329/2020** «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму», який визначає пріоритетні напрями державної підтримки культурно-креативного сектору. Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризм [26].
- **Постанова Кабінету Міністрів України від 19.05.2021 № 501** «Про утворення Ради з розвитку креативної економіки», що передбачає створення міжвідомчого органу для координації державної політики у цій сфері [27].
- **Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.12.2021 № 1677-р** «Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2024–2027 роки» (із змінами, внесеними згідно з Розпорядженням КМУ від 06.01.2023 № 7-р), спрямоване на збереження та розвиток традиційних форм народного мистецтва [28].
- **Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 № 265-р** «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», що забезпечує офіційне визначення меж цього сектору в економічній класифікації [29].
- **Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 28.01.2021 № 44** «Про утворення Офісу розвитку креативних індустрій», яким створено спеціалізовану інституцію для реалізації програм підтримки, просування та міжнародної інтеграції українських креативних індустрій [30].

Теорія культурної економіки (Cultural Economics Theory), запропонована Девідом Тросбі, акцентує увагу на подвійній природі культурних товарів, які мають як економічну (ринкову), так і культурну (ціннісну) вартість [31]. Згідно з цим підходом, ринковий механізм не здатен повною мірою забезпечити розвиток

культурного виробництва, а тому державна підтримка є виправданою. Культура розглядається як суспільне благо, що формує колективний добробут, а оцінка ефективності її функціонування має враховувати не лише фінансові показники, а й соціально-культурний вплив. Міжнародний приклад - Франція, яка фінансує театри та музеї, навіть якщо вони збиткові, вважаючи їх елементами «культурного капіталу». В Україні схожі принципи реалізує Український культурний фонд, який надає гранти на цифрові та медіапроекти, що популяризують українську культуру у світі.

Теорія креативного підприємництва (Creative Entrepreneurship Theory), запропонована Джоном Хоукінсом, розглядає креативних підприємців як ключових агентів, які перетворюють ідеї на товари та послуги з високою доданою вартістю [32]. Вона підкреслює роль гнучкості та швидкої адаптації, використання цифрових платформ, краудфандингу та інноваційних бізнес-моделей. Важливими є бренд і авторський стиль, які формують унікальну ринкову позицію. Українськими прикладами є бренди Gunia Project, Sleeper, Ruslan Baginskiy, які змогли вийти на світові ринки завдяки поєднанню унікального дизайну, культурної автентичності та активної присутності у цифровому просторі, зокрема в Instagram та на платформах Net-a-Porter.

Окремий пласт наукових підходів становить мережево-колаборативна теорія (Network & Collaboration Theory), розвинута Мануелем Кастельсом та Генрі Чесбро [33]. Вона пояснює, що успіх у креативній індустрії залежить від здатності інтегруватися у локальні та глобальні мережі, обмінюватися знаннями й ресурсами, створювати кластери та хаби, де відбувається синергія ідей. Концепція відкритих інновацій прискорює комерціалізацію творчих продуктів. Прикладами в Україні є креативно-технологічні хаби UNIT.City у Києві та Promrylad.Renovation у Івано-Франківську, які поєднують підприємців, інноваторів та митців в єдиному просторі для спільної роботи.

Вважаємо, що всі п'ять теоретичних підходів до функціонування суб'єктів креативної індустрії не є автономними чи ізольованими концептуальними блоками. Навпаки, вони утворюють **синергетичну, взаємопов'язану систему**, у

якій кожен елемент виконує специфічну роль, але ефективність кожного окремого компонента значно зростає в умовах комплексної взаємодії.

- **Креативний клас** виступає джерелом інноваційного ресурсу, формуючи кадрову та інтелектуальну основу сектору. Концентрація талантів, здатних генерувати унікальні ідеї, стає відправною точкою розвитку креативної індустрії.
- **Інституційне середовище** (формальні та неформальні інститути) створює умови для реалізації потенціалу креативного класу, забезпечуючи правову визначеність, захист прав інтелектуальної власності, доступ до фінансування та підтримку інноваційної діяльності.
- **Культурна економіка** визначає баланс між економічною ефективністю та суспільною цінністю продукту, забезпечуючи інтеграцію культурних і соціальних аспектів у бізнес-моделі та зберігаючи національну ідентичність у глобалізованому середовищі.
- **Креативне підприємництво** трансформує ідеї у ринково привабливі продукти та послуги з високою доданою вартістю, використовуючи гнучкі бізнес-моделі, цифрові платформи та нові канали збуту.
- **Мережеві взаємодії** масштабують інновації, прискорюють їх дифузю та інтегрують локальні проекти у глобальні креативні екосистеми, створюючи синергію між учасниками ринку.

Таким чином, модель відображає **циклічний, але водночас інтегрований характер розвитку креативної індустрії**: генерування ідей → створення сприятливого середовища → поєднання прибутковості та культурної цінності → комерціалізація → масштабування та міжнародна інтеграція. Кожна з теорій у цій системі підсилює іншу, формуючи **ефект кумулятивного зростання**, який проявляється у збільшенні інноваційного, економічного та соціокультурного потенціалу сектору.

В українському контексті, особливо в умовах війни та повоєнного відновлення, адаптація цієї моделі здатна забезпечити вирішення стратегічних завдань:

- **Зміцнення культурного фронту** через підтримку і просування української ідентичності, історії та мистецтва на міжнародній арені.
- **Збереження й розвиток людського капіталу** шляхом створення робочих місць у креативному секторі, підтримки фрилансерів та малих підприємців, залучення молоді до інноваційних проєктів.
- **Інтеграція у глобальні креативні мережі** для посилення міжнародного партнерства, експорту культурних і креативних продуктів, участі у світових культурних і технологічних трендах.
- **Формування конкурентоспроможного іміджу держави** як сучасного, інноваційного та культурно самобутнього учасника світового ринку, що використовує «м'яку силу» як стратегічний інструмент впливу.

Узгоджена взаємодія цих п'яти теоретичних підходів у межах єдиної аналітичної моделі створює потужну основу для стійкого розвитку української креативної індустрії, здатної одночасно виконувати економічні, культурні та дипломатичні функції.

Аналітична модель взаємозв'язків між теоріями функціонування суб'єктів креативної індустрії ґрунтується на інтеграції п'яти провідних наукових концепцій:

- теорії креативного класу, яка акцентує на ролі людського капіталу та концентрації талантів;
- неоінституціональної теорії, що підкреслює значення формальних та неформальних інституцій у забезпеченні сталого розвитку;
- теорії культурної економіки, яка враховує подвійний - економічний і культурний - вимір продуктів творчої діяльності;
- теорії креативного підприємництва, орієнтованої на перетворення інноваційних ідей у комерційно успішні продукти та послуги;
- мережево-колаборативної теорії, що пояснює значення партнерств, кластерів і міжнародних зв'язків для розширення ринкових можливостей (табл.1.4.).

Інтеграція цих підходів дозволяє сформувати комплексне бачення розвитку креативної індустрії в Україні, яке поєднує стратегічні завдання відновлення економіки з одночасним збереженням і посиленням культурної ідентичності. Така модель не лише забезпечує міждисциплінарний аналіз, а й створює основу для розробки ефективної державної політики підтримки сектору, здатного стати одним із драйверів повоєнного економічного зростання.

Таблиця 1.4

Аналітична модель взаємозв'язків між теоріями функціонування суб'єктів креативної індустрії

Рівень / Функція	Теорія	Ключова роль у системі	Приклади для України	Авторське бачення взаємозв'язку
Базовий рівень – людський капітал і просторові фактори	Теорія креативного класу (Р. Флорида)	Формує кадрову та інноваційну базу через концентрацію таланту, технологій і толерантності	Львів, Київ, Харків – центри ІТ, дизайну, медіа до 2022 р.; розвиток регіональних хабів у менших містах під час війни	Стартовий етап формування середовища для креативних індустрій; без цього інші теорії реалізуються частково
Інституційна рамка	Неоінституціональна теорія (Д. Норт, О. Вільямсон)	Визначає «правила гри» – законодавство, податкові стимули, захист прав	програми міжнародних донорів	Забезпечує стабільність і довіру, без якої інвестиції в креативний сектор обмежені
Культурна цінність	Теорія культурної економіки (Д. Тросбі)	Поєднує економічну та культурну цінність продукту	Проекти УКФ, цифрові платформи з українським контентом	Формує культурний капітал і «м'яку силу» як інструмент глобальної конкуренції
Бізнес-моделі та інновації	Теорія креативного підприємництва (Дж. Хоукінс)	Комерціалізація ідей, розвиток брендів, гнучкі моделі	Gunia Project, Sleeper, Ruslan Baginskiy – експорт через e-commerce	Дозволяє трансформувати креативний потенціал у стабільний бізнес навіть в умовах війни
Мережевий ефект	Мережево-колаборативна теорія (М. Кастельс, Г. Чесбро)	Глобальна інтеграція, співпраця, кластери	UNIT.City, Promprylad.Renovation, участь у міжнародних культурних мережах	Забезпечує масштабування та доступ до міжнародних ресурсів, ринків і партнерів

Джерело: власна розробка автора

З наукової точки зору, така модель має *синергетичний характер*: кожна з п'яти теорій не існує у відриві, а взаємодіє з іншими, утворюючи цілісну систему. Це дозволяє пояснити не лише **поточні механізми розвитку креативної економіки**, але й **адаптаційні процеси** у кризових ситуаціях, зокрема в умовах воєнних конфліктів або глобальних економічних потрясінь.

Вважаємо, що перевага такої інтеграції полягає у можливості **поєднати стратегічний і тактичний рівні управління креативною індустрією**: від формування умов для розвитку талантів та захисту інтелектуальної власності - до стимулювання інноваційного підприємництва та розбудови міжнародних креативних мереж. В українському контексті це означає, що аналітична модель здатна стати інструментом не лише академічного аналізу, а й практичної політики розвитку галузі у повоєнний період, сприяючи відновленню економіки та зміцненню національного культурного потенціалу.

Сьогодні креативні індустрії демонструють одні з найвищих темпів зростання у світовій економіці. За оцінками ЮНЕСКО та ЮНКТАД:

- їхня сумарна частка у світовому ВВП становить близько 6,1%, або 4,3 трлн дол. США на рік;
- щорічні доходи сектора сягають 2,25 трлн дол., а зайнятість – майже 30 млн осіб;
- це один із провідних роботодавців для молоді, особливо у віковій групі 15–29 років;
- внесок у ВВП окремих країн коливається від 2% до 7%, у середньому – близько 5% [34].

Лідерами за доходами є аудіовізуальні медіа (кіно, телебачення, стрімінг) та візуальні мистецтва, тоді як за кількістю робочих місць – візуальні мистецтва і музична індустрія. Такий комплексний вплив на економіку та культуру робить креативні індустрії потужним джерелом інновацій, засобом просування національного бренду та фактором розвитку суміжних галузей (наприклад, через дизайн, брендинг чи цифровий контент).

Упродовж 2020–2025 рр. значення креативної економіки у стратегічному плануванні держав і міжнародних організацій суттєво зросло. Пандемія COVID-19 2020–2021 рр. стала серйозним викликом для традиційних форм культурного споживання (закриття театрів, концертних залів, музеїв, кінотеатрів), але водночас прискорила цифрову трансформацію: вибухове зростання стрімінгових платформ, онлайн-сервісів для контенту, віртуальних і гібридних подій. Період

економічного відновлення сформував концепцію «build back better», де креативні індустрії розглядаються як інструмент інклюзивного та сталого зростання [35].

ЮНЕСКО акцентує, що креативний сектор здатен забезпечувати диверсифікацію економіки, створювати інноваційні робочі місця, підтримувати соціальну згуртованість та культурну сталість [36]. ЮНКТАД підкреслює, що креативні індустрії належать до «найбільш динамічних сегментів глобальної економіки», особливо для країн, що розвиваються, які прагнуть зробити стрибок у високомаржинальні ринки [37].

Таким чином, на концептуальному рівні сучасні креативні індустрії розглядаються не лише як культурне явище, а як стратегічний компонент інноваційної економіки та національної конкурентоспроможності – сектор, що здатен формувати економічну цінність, підсилювати культурну ідентичність та забезпечувати сталість розвитку у довгостроковій перспективі.

Вважаємо, що сучасні креативні індустрії слід розглядати як мультидисциплінарну систему, де економічні, культурні, технологічні та соціальні виміри взаємодіють у форматі інноваційно-культурного симбіозу. Їх розвиток не можна зводити виключно до комерційних показників, адже саме креативні індустрії здатні формувати ціннісний фундамент суспільства, відтворюючи культурну спадщину та водночас задаючи нові тренди в економіці знань. Вони мають стати не периферійним, а стратегічним ядром національної економіки, інтегрованим у всі ключові політики – від освіти і науки до промисловості та туризму. Такий підхід передбачає формування умов, за яких творчість розглядається не лише як індивідуальна здібність чи культурний ресурс, а як суспільне благо, що здатне одночасно забезпечувати інноваційне зростання, підвищувати міжнародний імідж держави та зміцнювати соціальну згуртованість.

Досвід провідних країн світу свідчить про існування різноманітних моделей розвитку креативних індустрій, які сформувалися під впливом історичних, культурних, політичних та економічних факторів (табл.1.5.). Останні п'ять років характеризуються появою спільних тенденцій, що зумовлені глобалізацією культурних ринків, активною цифровою трансформацією та усвідомленням

стратегічної ролі креативної економіки у формуванні валового внутрішнього продукту та міжнародної конкурентоспроможності держав.

Таблиця 1.5

Характеристика моделей розвитку креативних індустрій

Модель	Приклади країн	Характеристика	Сильні сторони	Виклики
Ринково-ліберальна	США	Мінімальне держвтручання, розвиток за рахунок приватного сектору	Потужні приватні корпорації, інноваційність, глобальна експансія	Нерівний доступ до ресурсів, залежність від комерційного успіху
Партнерська	Велика Британія, Канада, Австралія	Поєднання приватної ініціативи з державною стратегією	Гнучкість, цільові програми підтримки, баланс інтересів	Потреба у координації між секторами
Культурно-протекціоністська	Франція, Німеччина	Акцент на збереженні культурної спадщини та внутрішнього ринку	Захист національного продукту, підтримка традиційних мистецтв	Обмеження конкуренції, високі витрати бюджету
Державно-інтегрована	Китай, Південна Корея	Високий рівень централізації, інтеграція у нацстратегії	Швидка мобілізація ресурсів, експортно-орієнтовані індустрії	Ризик цензури та обмеження творчої свободи

Джерело: власна розробка автора

За ступенем державного втручання та стратегічного бачення можна виокремити кілька типів моделей. Ринково-ліберальна модель, характерна для США, ґрунтується на домінуванні приватного сектору, де розвиток індустрій забезпечується потужними медіа- та технологічними корпораціями без єдиної національної стратегії. Партнерська модель, яка реалізується у Великій Британії, Канаді та Австралії, поєднує стратегічне планування з активною участю приватного бізнесу та реалізацією спільних програм. Культурно-протекціоністська модель, представлена Францією та частково Німеччиною, передбачає одночасну економічну підтримку галузей і жорсткий захист

національного культурного продукту за допомогою квот та винятків у міжнародних угодах. Державно-інтегрована модель, поширена у Китаї та Південній Кореї, базується на високому рівні централізації, плануванні в межах національних стратегій та масштабних інвестиціях у креативні кластери з активним контролем контенту. Японія, хоча й впровадила стратегію «Cool Japan», демонструє більш розпорошений підхід, покладаючись на приватні компанії [38].

Галузеві пріоритети також відрізняються. Велика Британія визначила як ключові напрями рекламу, аудіовізуальну продукцію, відеоігри та музику; Південна Корея зосередилася на популярній культурі як експортному бренді; Франція поєднує кіно, моду та індустрію люксу з інноваційними технологіями; Китай розвиває контент-індустрію та дизайн, інтегруючи культурну складову у промисловість; Німеччина та Канада приділяють увагу ігровому та софтверному сектору, а також дизайну й архітектурі. Усі країни демонструють тенденцію до цифровізації та конвергенції секторів, розмивання меж між медіа та інформаційними технологіями, підтримки VR/AR, стрімінгових платформ і розвитку цифрових навичок.

Інституційні механізми та фінансування в більшості держав реалізуються через спеціалізовані агентства та фонди, зокрема Creative England, Canada Media Fund, Creative Australia, КОССА у Кореї, Creative Industries Agency у Китаї. Застосовуються різні інструменти підтримки: прямі гранти та субсидії (Франція, Китай, Корея), податкові пільги (Велика Британія, Канада, Австралія), пільгові кредити (Корея, Китай), приватно-державні інвестиційні фонди (Cool Japan Fund у Японії). Серед унікальних рішень – система соціального страхування для митців у Німеччині, перехресне фінансування від масового контенту на авторський у Франції, масштабні освітні програми в Кореї, культурні індустріальні парки з пільговим регулюванням у Китаї.

Щодо ролі культурної спадщини та ідентичності, Франція, Німеччина та Японія активно інтегрують традиційні мистецтва й ремесла у сучасні креативні продукти, Південна Корея та Китай використовують етнокультурні мотиви у

дизайні та масовій культурі. Англосаксонські країни акцентують увагу на мультикультурності та інклюзії, зокрема на підтримці культур корінних народів.

Серед викликів цифрової епохи всі країни відзначають падіння доходів традиційних ЗМІ, необхідність регулювання онлайн-платформ і пошук нових моделей монетизації. Європейські країни встановили квоти для стрімінгових сервісів і зобов'язали їх фінансувати національний контент. Британія, Канада та Австралія ухвалили закони про залучення онлайн-платформ до підтримки місцевих виробників. США підтримують власні платформи без жорсткого регулювання, тоді як Китай розвиває альтернативні національні екосистеми з державним контролем [39].

Підсумовуючи, моделі розвитку креативних індустрій варіюються від ринково-ліберальної до державно-інтегрованої, з проміжними варіантами партнерського та культурно-протекціоністського типів. Спільними для всіх країн є визнання креативних індустрій стратегічним сектором, інвестиції у цифрову інфраструктуру, розвиток людського капіталу та стимулювання експорту.

Вважаємо, що Україна може адаптувати кращі міжнародні практики, поєднуючи партнерську та культурно-протекціоністську моделі. Це передбачає розробку національної стратегії розвитку креативних індустрій із визначенням пріоритетних секторів, інвестиції в інфраструктуру та цифрові компетенції, захист і просування культурної спадщини як ключової конкурентної переваги, створення спеціалізованого органу (Creative Ukraine Agency) та розвиток державно-приватного партнерства. Баланс між економічною ефективністю, культурною сталістю та інноваційною динамікою забезпечить стійкість української моделі у глобальному конкурентному середовищі.

У сучасному світі провідні держави дедалі чіткіше усвідомлюють, що креативні індустрії - це не лише сфера культури чи дозвілля, а й стратегічний ресурс, здатний визначально впливати на економічну динаміку, інноваційний потенціал, міжнародний імідж та рівень соціальної згуртованості (табл.1.6). У глобалізованому середовищі, де цінність створюється не лише матеріальними благами, але й ідеями, культурними образами та символами, розвиток креативної

економіки стає одним із ключових факторів національної конкурентоспроможності.

Таблиця 1.6

Роль креативної економіки у національній конкурентоспроможності:
порівняльний аналіз

Критерій	Економічний внесок	Соціальний ефект	Іміджевий вплив	Інноваційний потенціал
Економічне зростання	Високододана вартість; зростання ВВП на 5-6%	Створення робочих місць, особливо для молоді	Підвищення міжнародного престижу через експорт культурних продуктів	Впровадження нових бізнес-моделей, продуктів і технологій
Конкурентоспроможність	Експорт унікального контенту, важкого для копіювання	Розвиток талантів і креативного людського капіталу	Формування бренду країни	Синергія з технологічними секторами
Соціальна інклюзія	Підтримка малого бізнесу та стартапів	Інтеграція вразливих груп, збереження культурного розмаїття	Позитивний образ відкритого суспільства	Розширення доступу до культурних благ
Стійкість у кризах	Швидка адаптація до змін ринку	Зміцнення соціальної згуртованості	Сприйняття як інноваційно-стійкої держави	Розвиток нових форматів (онлайн, VR)

Джерело: власна розробка автора

Креативні індустрії формують особливий сегмент економіки, де інтелектуальна діяльність, творчі ідеї та культурний контент стають основою виробничих процесів і створення вартості. Вони об'єднують цілий спектр сфер - від традиційних мистецьких напрямів (музика, театр, література, образотворче мистецтво) до сучасних високотехнологічних форматів (відеоігри, анімація, цифровий дизайн, віртуальна та доповнена реальність). Саме поєднання культурного змісту та технологічних інновацій робить креативні індустрії унікальними: вони виробляють не лише матеріальні товари чи послуги, а й

цінності, символи та ідеї, здатні формувати громадську думку, поведінкові моделі та національну ідентичність.

Однією з ключових переваг цього сектора є його **високий рівень доданої вартості**. Оскільки головним ресурсом є інтелектуальний продукт, витрати на сировину та логістику часто є відносно низькими, а прибутковість значною. Продукція креативних індустрій - фільми, музика, мода, дизайн, мультимедійний контент - має оригінальний, неповторний характер, що забезпечує **захист від прямого копіювання** та створює бар'єри для конкурентів. Такий тип конкурентної переваги має стійкий характер, адже базується не на матеріальних ресурсах, які можна відтворити, а на творчому потенціалі людей, їхніх знаннях та культурному бекграунді.

Міжнародні організації, зокрема ЮНКТАД, відзначають, що креативні індустрії стають **одним із найбільш динамічних драйверів світового економічного зростання** [40].

Це особливо важливо для країн, що розвиваються, оскільки дає можливість подолати технологічне відставання та зробити «стрибок» у нові, швидкозростаючі сегменти світової економіки. У цьому контексті креативна економіка виконує ще й **функцію економічної диверсифікації**, зменшуючи залежність від сировинних або низькотехнологічних секторів.

У розвинених країнах **частка креативного сектору у ВВП** є значною та стабільно зростає. Наприклад:

- **США:** у 2023 р. мистецько-культурний сектор сформував 4,2% ВВП, перевищивши внесок таких галузей, як сільське господарство, транспорт та гірничодобувна промисловість. Креативні індустрії тут інтегровані в інноваційну екосистему та тісно взаємодіють із ІТ-сектором, освітою та медіа.
- **Велика Британія:** цей сектор демонструє стабільно вищі темпи зростання порівняно з економікою загалом і є стратегічним пріоритетом урядових програм. Значну увагу приділено створенню креативних кластерів та інноваційних хабів.
- **Південна Корея:** у 2021 р. експорт культурної продукції склав 12,4 млрд дол. США, що перевищило доходи від низки традиційних промислових секторів.

Культурний феномен «корейської хвилі» (Hallyu) став потужним інструментом просування національного бренду та відкрив ринки для корейської технологічної продукції, моди та гастрономії [41].

Креативні індустрії мають **потужний мультиплікативний ефект**. Їхній розвиток стимулює суміжні галузі - туризм, готельно-ресторанний бізнес, виробництво електроніки, IT-послуги, маркетинг і рекламу. Наприклад, успішний кінофільм чи музичний гурт можуть не лише приносити прибуток від продажу квитків або альбомів, а й спричиняти хвилю попиту на супутні товари (мерч, технічне обладнання, подорожі до знімальних локацій).

Окремою складовою впливу є **формування міжнародного бренду країни** та зміцнення її «м'якої сили» (soft power). Культурні продукти, створені у межах креативних індустрій, виступають «культурними послами» держави. Вони формують образ країни як сучасної, інноваційної та культурно привабливої, що підвищує її туристичну привабливість, полегшує економічну та дипломатичну взаємодію. Приклади - американська масова культура через Голлівуд, Disney, Apple і Netflix; корейська хвиля, яка просуває все - від смартфонів до національної кухні.

З огляду на це, **підтримка креативних індустрій** має розглядатися не лише як культурна чи гуманітарна політика, а як елемент **економічної стратегії**, здатний генерувати значні фінансові надходження, створювати нові робочі місця, сприяти інноваціям та підвищувати міжнародний вплив держави.

Креативний сектор виступає не лише джерелом культурного продукту, а й потужним генератором робочих місць, особливо для молоді та фахівців, які володіють гнучкими компетенціями, здатністю до міждисциплінарної взаємодії та інноваційним мисленням. Він створює можливості для працевлаштування в умовах, коли автоматизація та цифровізація витісняють традиційні професії, і стає майданчиком для реалізації нових форм зайнятості - від дистанційної роботи до проектних колаборацій у міжнародних командах.

За даними **ЮНЕСКО**, креативні індустрії у світі забезпечують понад **30 млн робочих місць**, і, що важливо, частка молоді серед зайнятих у цьому секторі

є однією з найвищих серед усіх галузей економіки. Це свідчить про здатність креативного сектору стати «ліфтом можливостей» для нового покоління, яке прагне поєднати самореалізацію з професійним розвитком.

В Європейському Союзі у сфері культури та креативності працює близько **12 млн осіб** (приблизно 7% загальної зайнятості), а в таких країнах, як **Велика Британія** чи держави **Скандинавії**, цей показник є ще вищим завдяки потужній підтримці креативних кластерів і сприятливому бізнес-середовищу. У **США** у 2023 р. мистецько-культурний сектор забезпечував понад **5,4 млн робочих місць** (без урахування самозайнятих), а якщо врахувати фрилансерів і креативних спеціалістів в інших сферах (маркетинг, ІТ-дизайн, медіа), реальна цифра буде суттєво більшою [42].

Важливою перевагою креативної економіки є **порівняно низький бар'єр входу**: започаткувати власну справу в цій сфері можна без значних фінансових інвестицій, використовуючи особисті навички, ідеї та креативний потенціал. Це робить сектор інклюзивним для **молодіжного підприємництва**, відкриває можливості для жінок, представників меншин та людей з віддалених регіонів, що часто стикаються з бар'єрами у традиційних секторах економіки.

Крім того, розвиток **креативних хабів, технопарків, інноваційних лабораторій, коворкінгів та цифрових платформ** для молодих авторів і стартапів створює умови для формування **інноваційної екосистеми**, де відбувається постійний обмін ідеями, технологіями та досвідом. Такі простори стають каталізаторами створення нових бізнес-моделей, розширення міжнародних контактів і залучення інвестицій.

Таким чином, креативний сектор виконує **подвійну функцію**:

- економічну - забезпечуючи робочі місця, розвиток підприємництва та інновацій;
- соціальну - знижуючи безробіття, утримуючи таланти в країні, сприяючи соціальній мобільності та підвищуючи якість життя.

Досвід України підтверджує, що навіть у складних економічних та політичних умовах креативний сектор здатний залишатися джерелом зайнятості,

інновацій та соціальної згуртованості. До повномасштабної війни, за оцінками аналітиків **Українського культурного фонду**, креативні індустрії формували близько **3–4% ВВП** та забезпечували роботою понад **300 тис. осіб**, включаючи як формально працевлаштованих, так і самозайнятих. Найбільш динамічно розвивалися сфери ІТ-дизайну, архітектури, реклами, кіноіндустрії та музичного виробництва.

Після початку війни сектор зазнав значних втрат: було зруйновано інфраструктуру (студії, театри, виставкові зали), зупинилися міжнародні знімальні проєкти, скоротилися доходи від туризму та культурних подій. Водночас багато українських креативних підприємців та митців змогли адаптуватися - перенесли діяльність у безпечніші регіони або за кордон, перейшли на **онлайн-формати**, інтегрували свою продукцію в міжнародні платформи.

Особливо важливим є те, що креативний сектор України виконує **подвійну роль у воєнний час**:

- економічну - зберігаючи робочі місця, забезпечуючи валютні надходження від експорту ІТ-дизайну, цифрового контенту, відеоігор, музичних творів;
- соціально-комунікаційну - формуючи позитивний міжнародний імідж країни через культурну дипломатію, мистецькі виставки, кіно та музичні тури, спрямовані на підтримку України у світі.

Досвід **2022–2025 рр.** показав, що українські креативні індустрії здатні швидко реагувати на кризу, ставати інструментом гуманітарної підтримки (благодійні концерти, продаж цифрових арт-робіт на користь ЗСУ, культурні проєкти для реабілітації ветеранів та переселенців). Уряд та місцеві громади почали включати креативний сектор у плани **післявоєнного відновлення**, розглядаючи його як важливий елемент регіональної економіки, здатний відновлювати міста через креативні хаби, фестивалі та проєкти культурної ревіталізації.

Таким чином, досвід України підтверджує, що розвиток креативних індустрій навіть у надзвичайно складних умовах може бути **стратегічною**

інвестицією в економічну стійкість і соціальну консолідацію, а в перспективі - стати одним із ключових факторів відновлення конкурентоспроможності країни на глобальній арені.

На нашу думку, український досвід у розвитку креативних індустрій в умовах війни демонструє унікальну модель, яка поєднує економічну гнучкість, високу адаптивність та потужний соціально-культурний потенціал.

Вважаємо, що ключовою перевагою українського креативного сектору є здатність перетворювати кризові виклики на стимули для інновацій. Обмежені ресурси та зруйнована інфраструктура змушують творчі бізнеси шукати нові формати роботи - від цифрової дистрибуції до колаборацій із міжнародними партнерами, що в результаті зміцнює їхню глобальну інтеграцію.

Ще одним важливим аспектом є те, що креативні індустрії в Україні вже не можна розглядати лише як частину культурної політики - вони стали інструментом національної безпеки та стійкості. Через культурні продукти Україна формує і підтримує власний міжнародний наратив, що прямо впливає на політичну та економічну підтримку країни.

Водночас вбачаємо необхідність у системній державній стратегії, яка б інтегрувала креативні індустрії у відновлювальні та інвестиційні програми. Потрібно розвивати креативні кластери у зруйнованих містах, стимулювати культурний туризм, запроваджувати податкові й фінансові інструменти для підтримки стартапів, а також забезпечувати захист інтелектуальної власності, щоб таланти не втрачали конкурентних переваг на світовому ринку.

На нашу думку, у повоєнний період креативна економіка України може стати одним із головних драйверів «економіки відновлення», забезпечивши поєднання економічної ефективності, соціальної згуртованості та культурного лідерства.

Креативна економіка є не лише економічним феноменом, а й багатовимірним соціокультурним явищем, що інтегрує економічні, культурні та гуманітарні виміри розвитку. Як зазначають науковці, що культурні та креативні індустрії не просто створюють додану вартість, а й забезпечують сталість

культурного розмаїття, підвищують соціальну згуртованість та сприяють інклюзивному розвитку суспільства [43].

Творчі індустрії виступають потужним інструментом збереження та популяризації національної ідентичності, традицій, мов та мистецьких форм, інтегруючи їх у сучасні формати споживання – від цифрових платформ до інтерактивних фестивалів.

Важливим напрямом впливу креативного сектору є ревіталізація міських і сільських просторів. Дослідження К. Ландрі, та А. Пратт свідчать, що створення арт-кварталів, культурних центрів і тематичних фестивалів не лише пожвавлює економічну активність громад, але й формує позитивний імідж території, приваблюючи туристів, інвесторів та нових мешканців [44]. Успішні приклади таких трансформацій можна знайти у Барселоні, Берліні та Варшаві, де креативні хаби стали осередками інновацій і міжкультурного діалогу.

Креативні індустрії часто стають майданчиком соціальної інклюзії. Досвід Канади та Австралії у реалізації проєктів для корінних народів, ініціативи з підтримки жінок-підприємців у країнах, що розвиваються, або програми інтеграції людей з інвалідністю у креативну діяльність доводять, що головним критерієм участі у цих секторах є талант, ідея та креативність, а не соціальні чи фізичні обмеження. Як підкреслює Дж.Хоукінс, «креативна економіка за своєю природою інклюзивна, оскільки цінує індивідуальність і оригінальність понад формальні параметри» [45].

На нашу думку, український досвід останніх років підтверджує, що креативні індустрії можуть відігравати ключову роль у зміцненні соціального капіталу та формуванні єдності суспільства навіть в умовах глибоких криз, зокрема війни. Культурні ініціативи, спрямовані на підтримку ветеранів, переселенців, дітей з прифронтових територій, перетворюють креативний сектор на інструмент психологічної реабілітації та інтеграції в нові громади.

Водночас вважаємо, що для максимальної реалізації цього потенціалу потрібне створення національної програми «Креативна інклюзія», яка б поєднувала державне фінансування, грантову підтримку, корпоративне партнерство та

міжнародну технічну допомогу. Така програма могла б стати частиною стратегії повоєнного відновлення, адже креативна економіка не лише генерує прибуток, але й відновлює людський капітал, зміцнює культурну ідентичність і сприяє соціальній стабільності.

Досвід пандемії COVID-19 наочно продемонстрував як вразливість, так і надзвичайну адаптивність креативного сектору. Попри суттєве падіння доходів у сферах, що критично залежать від фізичної присутності глядача (концерти, театри, виставки, ярмарки), індустрія виявила здатність швидко перебудовувати формати роботи, освоюючи віртуальні виставки, стрімінгові концерти, цифрові фестивалі та інтерактивні онлайн-платформи. Дослідження ЮНЕСКО та UNCTAD підкреслюють, що саме гнучкість, цифровізація та диверсифікація каналів поширення контенту стали ключовими чинниками збереження життєздатності сектору у кризових умовах.

Війна в Україні стала ще потужнішим та багатоплановим викликом для креативних індустрій, поєднавши фізичні руйнування інфраструктури з вимушеною міграцією творчих фахівців, втратами внутрішніх та зовнішніх ринків збуту, скороченням інвестиційних потоків і загальною економічною нестабільністю. Як зазначає у своїх дослідженнях Безуглої Л., війна змінила не лише економічну логіку функціонування креативного сектору, але й його місію – від переважно комерційної діяльності до активної участі у формуванні культурного фронту [46].

Водночас український креативний сектор продемонстрував унікальну стійкість і гнучкість. Митці, дизайнерські студії, IT-компанії, продакшн-центри та культурні інституції швидко переорієнтувалися на:

- **онлайн-проекти** (освітні курси, цифрові тури, інтерактивні арт-платформи);
- **міжнародні колаборації** з культурними організаціями та фестивалями у ЄС, США, Канаді;
- **волонтерську діяльність** (створення благодійних арт-аукціонів, концертів і виставок для збору коштів);

- **створення контенту для зміцнення національної ідентичності** та інформування світової спільноти про події в Україні (відеопроєкти, документальні фільми, інтерактивні інсталяції).

Креативний сектор України зазнав значних збитків унаслідок війни. Було зруйновано або пошкоджено численні об'єкти культурної інфраструктури – театри, музеї, арт-центри, концертні зали, кіностудії. Через небезпеку та окупацію частини територій відбулося масове закриття офлайн-майданчиків для проведення культурних заходів, що призвело до скасування фестивалів, виставок, концертів і театральних прем'єр. Тисячі творчих фахівців були змушені виїхати за кордон або змінити професійну діяльність, що спричинило втрату значного людського капіталу. Одночасно скоротилися внутрішній і зовнішній ринки збуту культурних продуктів, а обсяги інвестицій у креативну економіку помітно зменшилися.

В умовах війни креативні індустрії продемонстрували здатність до швидкої трансформації та пошуку нових форматів діяльності. Масового поширення набули онлайн-платформи та цифрові продукти: віртуальні виставки, стрімінгові концерти, цифрові фестивалі, NFT-проекти. Українські митці й компанії активно долучаються до міжнародних грантових програм, створюють спільні культурні ініціативи з партнерами за кордоном, що дозволяє зберігати економічну активність і підтримувати національний культурний продукт у глобальному просторі. Значна частина діяльності перейшла у волонтерське русло: організація благодійних концертів, арт-аукціонів, дизайн-кампаній для підтримки Збройних сил України та постраждалих громад. Важливим напрямом стала культурна дипломатія – створення контенту, спрямованого на збереження національної ідентичності та інформування світу про події в Україні. Одночасно відбувається децентралізація культурного життя – формування хабів у більш безпечних регіонах, підтримка локальних ремесел, проведення регіональних фестивалів.

У післявоєнний період креативні індустрії можуть стати одним із ключових драйверів економічного відновлення. Вони здатні швидко створювати нові робочі місця, стимулювати розвиток креативного туризму та забезпечувати експорт культурних продуктів. Соціально креативний сектор сприятиме інтеграції

внутрішньо переміщених осіб, відновленню соціальних зв'язків і підвищенню психологічної стійкості суспільства. Зовнішньополітично він виконуватиме функцію «м'якої сили», формуючи позитивний міжнародний імідж України. Водночас інтеграція творчих рішень у промисловість, ІТ та освітні програми підвищуватиме інноваційний потенціал країни. Не менш важливим завданням стане збереження та оновлення культурної спадщини у сучасних форматах, що поєднують традиційні цінності з новітніми технологіями.

Соціально креативні індустрії створюють робочі місця майбутнього, відкриті для молоді та представників різних соціальних груп, сприяють розвитку інклюзивних та інтегрованих громад, збереженню культурної спадщини та підтриманню культурного розмаїття. Вони також є важливим механізмом зміцнення соціальної згуртованості, особливо в умовах глобальних викликів і криз. З позицій автора, креативна економіка - це не лише інструмент економічної диверсифікації, але й платформа для формування нової моделі розвитку, де людський капітал, культурна унікальність та інновації стають ключовими драйверами поступу.

Як наголошує ЮНЕСКО, «культурні та креативні індустрії є невід'ємними для інклюзивного економічного зростання, зменшення нерівності та реалізації Порядку денного сталого розвитку 2030» [47].

У майбутньому, із посиленням ролі творчості та інновацій в усіх сферах життя, значення креативної економіки лише зростатиме - як основи національної конкурентоспроможності та як фундаменту для формування гуманного, культурно багатого суспільства знань, здатного адаптуватися до динамічних змін світового середовища.

На нашу думку, розвиток креативної економіки в Україні має поєднувати економічний та соціокультурний виміри, формуючи цілісну екосистему, у якій держава, бізнес та громадянське суспільство виступають партнерами. Особливу увагу слід приділити стимулюванню експорту культурних продуктів, розвитку креативної інфраструктури в регіонах та інтеграції культурного контенту у технологічні інновації. Це дозволить не лише посилити міжнародну

конкурентоспроможність, але й створити умови для підвищення якості життя громадян, культурної безпеки та стійкості суспільства в умовах глобальних викликів.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що креативна економіка у сучасному світі має комплексний і багатовимірний вплив, який не обмежується лише економічною площиною. З авторської точки зору, її стратегічна цінність полягає у здатності поєднувати економічний розвиток із збереженням і примноженням культурного капіталу, формуючи синергію між матеріальними та нематеріальними активами нації. В економічному вимірі креативні індустрії є рушієм зростання, інновацій та конкурентоспроможності, забезпечуючи вагомому частку ВВП та експортних доходів, а також створюючи унікальні продукти й послуги, які складно відтворити у глобальній конкуренції. У контексті світового змагання за таланти, ринки та вплив, національні культурні бренди та продукти, створені у цих індустріях, стають потужною «м'якою силою», що підсилює позиції держави на міжнародній арені та доповнює традиційні інструменти «твердої сили».

1.3. Методика оцінювання економічного впливу креативних індустрій

Оцінювання економічного впливу креативних індустрій є важливим інструментом формування ефективної державної політики, розробки стратегій регіонального розвитку та обґрунтування інвестиційних рішень у культурно-креативному секторі. На відміну від традиційних галузей економіки, вплив креативних індустрій проявляється не лише у прямому створенні доданої вартості, робочих місць та податкових надходжень, але й у значних **мультиплікативних ефектах**, які охоплюють суміжні сектори - туризм, освіту, ІТ, медіа, виробництво споживчих товарів.

Проблематика оцінювання впливу креативних індустрій ускладнюється через їхню міжсекторну природу, високу частку самозайнятих працівників, гнучкі форми зайнятості та переважання нематеріальних активів. У світовій практиці

застосовуються різні методичні підходи - від **економетричних моделей та індексів** (UNESCO, WIPO, OECD) до **системи супутніх рахунків культури** (Culture Satellite Account), які дозволяють інтегрувати дані у національні статистичні системи(табл.1.7.).

Для України, особливо в умовах воєнних викликів та майбутнього відновлення, розробка адаптованої методики набуває особливої актуальності. Вона має враховувати не лише **економічні параметри** (виручка, зайнятість, податки), але й **соціальні та культурні ефекти**, включно зі збереженням національної ідентичності, формуванням позитивного міжнародного іміджу та стимулюванням інноваційної активності.

Таблиця 1.7

Методики оцінювання креативних індустрій

Методика	Підхід / фокус	Ключові індикатори	Переваги	Обмеження	Можливості адаптації для України
UNESCO	Широке трактування культури й креативу як рушія розвитку; охоплює як ринкові, так і неринкові практики; акцент на культурній спадщині, участі, різноманітті	Частка у ВВП і зайнятості (через Cultural Satellite Accounts, де можливо) Експорт/імпорт культ. товарів і послуг. Участь у культурі (відвідуваність, доступ) Індикатори різноманіття, культурної освіти, «spillover» (туризм, міський розвиток)	Комплексність: показує економічний, соціальний і культурний виміри Порівнюваність через FCS Відображає «подвійну» цінність культури	Ризик подвійного рахунку Складність монетизації нематеріальних ефектів Потреба в широкій статистичній базі	Використати FCS як «парасольку» Додати якісні індикатори Окремі профілі участі в культурі для регіонів
WIPO	«Авторсько-правові» індустрії (copyright-based): ядро, взаємозалежні, часткові, підтримувальні; прив'язка до ІВ і комерційної монетизації контенту	ВВП/додана вартість Зайнятість (повна/часткова) Зовнішня торгівля: товари/послуги/роялті	Чітка рамка і добра міжнародна зіставність Фокус на монетизації ІВ	Недооблік некомерційних і неформальних практик Залежність від припущень «Сліпі зони» цифрової торгівлі	Використати WIPO як «кістяк» для швидких розрахунків Додати модуль цифрових доходів Враховувати тіньове споживання
OECD	Інтеграція в Систему нарахунків через Cultural Satellite Accounts; п'ятирівнева модульна модель	ВВП/валовий випуск, інвестиції, зайнятість Структура сектору Споживання домогосподарств Мультиплікатори, spillovers	Сумісність з офіційною статистикою Мінімізація подвійного рахунку Глибока аналітика	Ресурсоємність Високі вимоги до даних Довгий цикл впровадження	Почати з базових макроіндикаторів Пілотні CSA для регіонів або підсекторів • Синхронізація з Держстатом і НБУ
DCMS (Велика Британія)	«Mapping» підхід + SIC-коди та метод «creative intensity»; чіткий перелік підсекторів	Валова додана вартість Зайнятість і продуктивність Експорт креативних послуг/товарів Регіональні кластери, креативні професії	Практична, «policy-ready» рамка Гнучке комбінування підходів Сильна регіональна аналітика	Залежність від нац. класифікаторів Недооблік неформальної зайнятості Потреба в стабільних опитуваннях	Адаптувати «creative intensity» до українських класифікаторів Регулярний «mapping» сектору Модуль «експорт креативних послуг»

Джерело: власна розробка автора

Для України доцільно використати WIPO як «кістяк» (економічні ядрові метрики), OECD/CSA - як середньострокову мету інтеграції у нацрахунки, UNESCO - як «парасольку» широких культурно-соціальних індикаторів, а DCMS - як практичний інструмент оперативного «mapping» (включно з креативними професіями та регіональними кластерами).

Однією з перших послідовних методик стала рамка Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO), зосереджена на так званих авторсько-правових (copyright-based) індустріях. Вона групує види діяльності в чотири блоки: (а) основні індустрії, що повністю залежать від авторського права (видавнича справа, музика, сценічні мистецтва, кіно/ТВ, радіо, фотографія, програмне забезпечення і бази даних, образотворче/графічне мистецтво, реклама, діяльність ОКУ); (б) взаємозалежні індустрії, що виробляють обладнання й носії для створення/споживання контенту (від телевізорів і комп'ютерів до музичних інструментів та фототехніки); (в) часткові індустрії, у яких «креативна» складова є лише частиною діяльності (мода і текстиль, ювелірка, ремесла, меблі, іграшки, архітектура, дизайн, музеї); (г) підтримувальні індустрії (зв'язок, транспорт, опт/роздріб), що забезпечують доведення контенту до споживача.

Для оцінки внеску WIPO рекомендує три опорні індикатори: (1) частку доданої вартості у ВВП (обчислювану виробничим чи дохідним методом, з допущенням експертних оцінок там, де бракує детальної статистики); (2) зайнятість (чисельність або еквівалент повної зайнятості з деталізацією на 4-значному рівні класифікаторів); (3) зовнішню торгівлю (товари, послуги, роялті/ліцензії, а також - за змоги - «закордонні продажі» ліцензованого контенту). Практичний плюс цього підходу - зіставність між країнами і фокус на праві ІВ, що добре описує механіки монетизації в креативній економіці. Не випадково глобальні оцінки показують вагомі частки: у низці країн Америки «copyright industries» формують від 4% до понад 10% ВВП і до 8–10% зайнятості.

Водночас метод має обмеження, на які звертають увагу Р. Таус та А. Пратт (А. Pratt): складність точного виділення часткових/підтримувальних індустрій (коефіцієнти «авторської частки» залежать від припущень), недооблік

неприбуткових і неформальних практик (аматорське мистецтво, народні промисли), а також «сліпі зони» цифрової торгівлі та піратства, які занижують офіційні показники [48]. Вважаємо, що WIPO-набір - оптимальний «кістяк» для країн із розвиненими ринками ІВ та спроможною статистикою; для перехідних економік потрібні коригування (окремі модулі для цифрових платформ, некомерційної діяльності, оцінки тіньового споживання).

UNESCO пропонує ширший погляд: культура і креатив як чинники не лише економічного, а й соціального та гуманітарного розвитку [49]. Конвенція 2005 року про розмаїття форм культурного самовираження закріплює подвійний характер культурних/креативних продуктів, а Рамкова статистична система культури (FCS, 2009) задає класифікації та підходи до вимірювання, включаючи культурну спадщину (музеї, бібліотеки, архіви) як невід’ємні ланки «культурного циклу». На відміну від WIPO, тут свідомо охоплюються також некомерційні, традиційні та спільнотні практики.

Інструментарій UNESCO - це не лише рахунки (включно з настановами щодо Cultural Satellite Accounts), а й блоки статистики зайнятості, торгівлі, участі в культурі, доступності культурних благ та індикатори «spillover»-ефектів (туризм, міська привабливість, інновації). Таке охоплення резонує з позицією Д. Тросбі: культурні товари мають як ринкову, так і культурну цінність, тому виключно ВВП-логіка не відображає повної користі для суспільства [50].

Ключовий виклик, на який вказують Е. Комуніан і Ю. Хешматі - ризик подвійного рахунку та «розмитих кордонів» між культурою і туризмом/освітою/соціальною політикою, а також проблеми монетизації нематеріальних результатів (ідентичність, згуртованість, wellbeing)[51]. На нашу думку, підхід UNESCO є принципово важливим для комплексної політики (культура як цінність і ресурс), однак потребує «шлюзів» до національних рахунків, щоб уникати повторів та посилити економічну порівнюваність.

OECD просуvala ідею супутникових рахунків культури (CSA), тобто модульної системи, інтегрованої у SNA. Конструкція передбачає п’ять рівнів: від макропотоків (ВВП-частка, видатки держави/домогосподарств, торгівля) і

«кількісного випуску» (кількість підприємств, зайнятість, відвідуваність) - до профілювання сектору (типи продуктів, статус зайнятості, комерційний/некомерційний сегменти), аналітичних модулів (мультиплікатори, spillovers, структура ринку, соціальні ефекти) та методичної документації. Така архітектура дає сумісність із офіційною статистикою та зіставність між секторами економіки, мінімізує подвійний рахунок і дозволяє «нарощувати» глибину аналізу.

На практиці окремі країни (Іспанія, Фінляндія, Колумбія) створили свої CSA; водночас масштабність вимог до даних і ресурсів зупинила уніфіковане міжнародне впровадження. Дослідники (Б. Фрей і В. Поммерене) відзначають: головна сила підходу - інституційна вбудованість у SNA; головний недолік - висока вартість збору/гармонізації даних і потреба в стійких визначеннях меж сектору [52]. На нашу думку, CSA - цільовий орієнтир для України (у міру спроможності статистики); у перехідний період можна застосовувати «полегшений» модульний підхід, що пріоритизує ключові метрики й поступово розширюється.

WIPO дає чітку «ринкову» рамку через ІВ і добре працює там, де правозастосування сильне; UNESCO наголошує на повноті соціокультурних ефектів; OECD забезпечує сумісність з нацрахунками. Як відзначають науковці, є неминучий trade-off між порівнюваністю та повнотою охоплення: чим ширший сектор, тим складніше уникнути подвійного рахунку та зберегти вимірюваність [53].

Смолінська С. та Гнаткович О. зауважують, що традиційні торгові статистики погано «бачать» цифрові доходи, плоскі роялті й моделі дистрибуції[54]. Це б'є по WIPO-логіці (експорт/імпорт товарів), але також ставить виклик для UNESCO/OECD. Потрібні додаткові джерела (платіжний баланс за статтями ІВ, платформні дані, податкові реєстри).

Там, де велика частка аматорської творчості, волонтерських практик і традиційних ремесел, показники ВВП/зайнятості недооцінюють реальний вплив. На це наполягає Р. Тоуз: варто поєднувати «тверді» метрики з якісними

індикаторами участі в культурі, індексами різноманіття контенту та даними про соціальні ефекти [55].

Вважаємо, що прийнятною для України є комбінована рамка «WIPO → OECD → UNESCO». На першому етапі - прийняти WIPO-класифікацію як «хребет» (для швидкої оцінки ВВП/зайнятості/торгівлі), доповнивши її цифровими метриками (виплати роялті, доходи платформ, foreign sales). На другому - модульно рухатися до CSA (OECD), інтегруючи ключові блоки в нацрахунки. На третьому - під'єднати ширші індикатори UNESCO (участь у культурі, доступність, соціальні spillovers), щоб показати суспільну віддачу.

Необхідно запровадити спеціальні опитування/витяги з податкових та платіжних даних для ідентифікації цифрових доходів креаторів, платформних продажів, кроскордонних роялті. Для «сірих» сегментів - використовувати методи непрямих оцінок (коефіцієнти охоплення, опитування домогосподарств, дані платіжних агрегаторів).

Врахувати територіальні диспропорції (релокація бізнесів і кадрів, втрати інфраструктури) і виділити субнаціональні рахунки/панелі показників: це дозволить прив'язувати політики відновлення (гранти, інфраструктурні інвестиції, кластери) до конкретних вимірюваних ефектів.

У політичних комунікаціях доцільно застосовувати «подвійний» набір метрик: економічні (ВВП, продуктивність, експорт) + культурно-соціальні (участь, різноманіття, креативна освіта, міська привабливість). Це допоможе обґрунтовувати державну підтримку не лише як витрати, а як інвестицію з мультиплікативною суспільною віддачею.

WIPO забезпечує вимірювану «ринкову» точність і міжнародну порівнюваність; UNESCO - широту та розвитковий сенс; OECD - інституційне вбудовування у нацрахунки. Для України оптимально рухатися «сходами» від базових WIPO-оцінок до модульного CSA, доповнюючи їх соціокультурними індикаторами UNESCO й обов'язково - цифровими вимірами, без яких сучасний креативний експорт і зайнятість лишаються недооціненими. Така комбінована методика не лише дасть коректні цифри для політики, а й дозволить показати

повну цінність креативних індустрій у повоєнному відновленні - економічну, культурну та суспільну.

Окрім методик WIPO, ЮНЕСКО та ОЕСР, важливими орієнтирами для формування системи вимірювання креативних індустрій є напрацювання Європейського Союзу (ЄС/Євростат) та Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) (табл.1.8).

У межах Європейського Союзу проблематика визначення та статистичного моніторингу креативних індустрій набула особливої актуальності у 2000-х роках у контексті реалізації Лісабонської стратегії та стратегії «Європа 2020», у яких культура і творчість розглядалися як ключові драйвери інновацій та конкурентоспроможності. На початковому етапі єдиного визначення креативних індустрій не існувало: різні резолюції Європарламенту та висновки Ради ЄС тлумачили їх по-різному, охоплюючи широкий спектр сфер – від культурної спадщини, ремесел і мистецтва до медіа, дизайну, архітектури, моди та культурного туризму.

Зокрема, Резолюція Європарламенту про культурні індустрії (2002) визначала цей сектор як сукупність форм культурного вираження від спадщини до аудіовізуального виробництва [56]. Подальший розвиток методологічних засад пов'язаний зі створенням Робочої групи зі статистики культури (LEG-Culture) та розробкою Європейської рамки культурної статистики, що була доповнена результатами проєкту ESSnet-Culture [57]. У межах цієї рамки ЄС адаптував підходи ЮНЕСКО (FCS) та ОЕСР під власні класифікації (NACE, CPA, гармонізовані опитування), інтегруючи економічні й соціальні індикатори.

Нині Євростат систематично публікує дані про: частку культурних і креативних індустрій у ВВП та зайнятості; обсяги культурної торгівлі; професійну структуру зайнятих; кількість підприємств у культурних секторах; виробництво культурної продукції (кіно, книги тощо); участь населення у культурному житті.

Таблиця 1.8

Порівняння міжнародних ініціатив у вимірюванні креативних індустрій

Ініціатива	Підхід	Ключові індикатори	Переваги	Обмеження	Можливості адаптації для України
ЮНЕСКО (FCS)	Функціональна класифікація секторів культури, охоплює культурні домени та функції (створення, виробництво, розповсюдження, споживання, збереження).	Частка у ВВП та зайнятості, участь у культурному житті, обсяг культурної торгівлі, рівень освіти у сфері культури.	Поєднання економічних і соціальних індикаторів; глобальна порівнянність даних.	Велика деталізація вимагає значних статистичних ресурсів.	Може бути використана як базова рамка для комплексного моніторингу креативних індустрій.
WIPO	Фокус на індустріях, що базуються на інтелектуальній власності; поділ на основні, частково пов'язані та підтримувальні сектори.	Патентна активність, обсяги авторських прав, внесок у ВВП, зайнятість у ІВ-галузях.	Чітка економічна прив'язка до ринку ІВ; підходить для аналізу інноваційності.	Менший акцент на соціокультурних аспектах.	Корисно для оцінки потенціалу комерціалізації творчих продуктів в Україні.
ОЕСР	Інтеграція креативних індустрій у політику інновацій та цифрової економіки.	Інноваційна активність, цифрові навички, інтеграція у глобальні ланцюги вартості.	Сильна аналітична база та компаративні дослідження між країнами.	Вузька фокусованість на економічних і технологічних аспектах.	Може допомогти інтегрувати креативний сектор у стратегії цифровізації України.
ЄС / Евростат	Європейська рамка культурної статистики, культурні домени та функції, адаптація під NACE та CPA класифікації.	Частка у ВВП, зайнятість, культурне споживання, участь населення, обсяг культурної торгівлі.	Комбінація економічної та соціальної статистики, порівнянність між країнами ЄС.	Складність забезпечення однакових визначень у країнах-членах.	Важливо для гармонізації української статистики з європейськими стандартами.
UNCTAD	Вимірювання міжнародної торгівлі креативними товарами та послугами.	Обсяги експорту/імпорту за кодами товарів та категоріями послуг.	Дає змогу визначити конкурентні переваги на світових ринках.	Менше уваги внутрішньому ринку та нематеріальним ефектам.	Критично важливо для розвитку експортної стратегії креативних послуг в Україні.

Джерело: власна розробка автора

Сильна сторона підходу ЄС полягає в інтеграції економічної та соціальної статистики, що, на думку Бахші Г., та Тросбі Д., дозволяє точніше оцінювати не лише ринкову, а й суспільну цінність креативних індустрій [58]. Викликом залишається порівнянність даних між країнами, оскільки національні підходи до визначення меж сектору суттєво різняться: від дуже широких (включення спорту, R&D, рекреації) до вузьких (лише мистецькі галузі). Для мінімізації таких відмінностей ЄС запровадив концепції «культурних доменів» та «функцій» (створення, виробництво, розповсюдження, збереження, освіта), що дає змогу відокремлювати «культурну» частину навіть у змішаних видах діяльності.

На нашу думку, що для України, яка прагне інтегруватися у європейський економічний і культурний простір, адаптація європейських статистичних підходів дозволить забезпечити сумісність даних, що особливо важливо для розробки спільних програм підтримки та участі у транскордонних проєктах.

Методика Конференції ООН з торгівлі та розвитку зосереджена на вимірюванні міжнародної торгівлі креативними товарами та послугами. Вона ґрунтується на аналізі: товарних кодів (ремісництво, аудіовізуальна продукція, дизайн, мода, нові медіа, видавництво, візуальні мистецтва тощо); категорій послуг (культурні та рекреаційні, ІТ-послуги творчого характеру).

Такий підхід дозволяє визначати обсяги експорту та імпорту креативних товарів на основі митної статистики, а креативних послуг - за даними платіжного балансу. За даними Creative Economy Outlook, у 2022 році експорт креативних послуг досяг \$1,4 трлн (зростання на 29% порівняно з 2017 р.), а експорт креативних товарів - \$713 млрд.

Для України цей підхід особливо цінний у частині оцінки експортного потенціалу. За даними UNCTAD, у 2019 році Україна експортувала креативних товарів на \$21 млн і креативних послуг на \$5,4 млрд, причому частка креативних послуг становила близько 30% загального експорту послуг країни. Основний внесок у цю цифру забезпечила ІТ-галузь.

На думку П.Хіггс, Х.Бахші, фокус на експорті дозволяє країнам стратегічно розвивати ті сегменти креативної економіки, які мають найбільший потенціал для виходу на світові ринки [59].

Вважаємо, що для України використання методології UNCTAD у поєднанні з індикаторами ЮНЕСКО та ЄС дозволить створити більш повну національну модель вимірювання креативної економіки, особливо в частині торгівлі послугами, де країна вже має значні конкурентні переваги.

Узагальнюючи проведений огляд, можна констатувати, що провідні міжнародні організації сформували низку взаємодоповнювальних методичних підходів до вимірювання та аналізу креативних індустрій, кожен з яких відображає специфічні акценти та дослідницькі пріоритети.

Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO) фокусується на авторсько-правовому вимірі, розглядаючи креативні індустрії крізь призму виробництва, розповсюдження та монетизації об'єктів інтелектуальної власності. Такий підхід дозволяє відносно просто конвертувати дані у три ключові економічні індикатори - обсяг виробленої доданої вартості, рівень зайнятості та експортно-імпортні показники.

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) пропонує культурно-статистичний підхід, спрямований на широке й комплексне охоплення культурної сфери. Він передбачає вимірювання як економічних, так і соціокультурних ефектів, відображаючи культурне розмаїття, участь населення у культурному житті та вплив креативного сектору на соціальну згуртованість.

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) інтегрує аналіз креативних індустрій у систему національних рахунків, що забезпечує зіставність показників із традиційними економічними секторами. Такий підхід дозволяє органічно включати креативний сектор у макроекономічну політику та оцінювати його внесок у ВВП, інвестиційну активність і продуктивність праці.

Європейський Союз (ЄС) розвиває методики, орієнтовані на регіональну політику, інноваційний розвиток і соціальну інтеграцію. Використання гармонізованих класифікацій, зокрема NACE та CPA, поєднується з оцінюванням

рівня культурної участі, доступу до культурних ресурсів та розвитку людського капіталу у креативних секторах.

Конференція ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) робить акцент на зовнішньоекономічному аспекті, вимірюючи міжнародну торгівлю креативними товарами та послугами на основі митної статистики та платіжного балансу. Це дає змогу визначити експортну орієнтацію креативних секторів, виявити конкурентні переваги та стратегічні ніші на світовому ринку.

З позиції автора, сукупність цих методик утворює багатовимірну основу для формування національної системи оцінювання економічного впливу креативних індустрій в Україні. Оптимальним є комбінування сильних сторін кожного підходу - глибини культурно-статистичного аналізу ЮНЕСКО, структурної чіткості ОЕСР, правової орієнтації WIPO, практичної регіональної спрямованості ЄС та зовнішньоторговельного фокусу UNCTAD. Така інтегрована модель забезпечить повноту оцінки та дозволить узгодити культурну, економічну й інноваційну політику держави.

Схема відображає логіку інтеграції ключових міжнародних підходів до оцінювання економічного впливу креативних індустрій. Вона демонструє, як різні організації фокусуються на окремих аспектах, але у поєднанні створюють цілісну методологічну базу (табл.1.9).

Таблиця 1.9

Інтеграції підходів WIPO – ЮНЕСКО – ОЕСР – ЄС – UNCTAD

Організація	Основний фокус підходу	Внесок у інтегровану методику
WIPO	Авторсько-правовий вимір: захист і комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності	Дає правову основу та індикатори для вимірювання вартості, зайнятості та торгівлі у креативних секторах
ЮНЕСКО	Культурно-статистичний підхід: комплексне відображення культурних і креативних сфер	Забезпечує багатовимірність оцінювання, включаючи економічні та соціокультурні показники
ОЕСР	Національно-рахунковий підхід: інтеграція у систему національних рахунків	Дає змогу включити креативний сектор у макроекономічні стратегії та порівнювати його з іншими галузями

ЄС	Регіонально-політичний підхід: розвиток інновацій та гармонізація статистики	Дозволяє адаптувати методика до регіональних особливостей та інтегрувати культурну політику
UNCTAD	Зовнішньоторговельний підхід: аналіз міжнародної торгівлі креативними товарами та послугами	Дає дані для оцінки експортного потенціалу та позицій на світовому ринку

Джерело: власна розробка автора

Для глибшого розуміння переваг і обмежень міжнародних методик оцінювання економічного впливу креативних індустрій доцільно розглянути, як вони реалізуються на практиці в країнах, що визнані лідерами у розвитку креативної економіки. При цьому аналіз чотирьох держав – Великої Британії, США, Республіки Корея та Австралії – демонструє, що, попри спільне розуміння важливості креативних індустрій, інструменти оцінки їхнього внеску суттєво відрізняються за підходами, набором індикаторів, інституційним забезпеченням та ступенем інтеграції до системи національної статистики (дод. А.).

Британська модель оцінювання креативних індустрій, розроблена Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS), є однією з найсистемніших у світі. Вона базується на чітко визначеному переліку креативних галузей (від реклами та архітектури до комп'ютерних ігор і моди) та детальній статистиці їхнього внеску у ВВП, зайнятість, експорт, інноваційність. DCMS використовує класифікацію SIC (Standard Industrial Classification), адаптовану під креативний сектор, та веде регулярну звітність, що дозволяє відстежувати динаміку кожної галузі. Як зазначає Д. Хесмондхал, сила британського підходу полягає у поєднанні довгострокового політичного бачення із гнучкою реакцією на технологічні зміни – наприклад, включення нових цифрових сегментів [60].

У 2022 році креативні індустрії Великої Британії створили понад £108 млрд доданої вартості та забезпечили роботою 2,3 млн людей, що становить близько 6,2% від загальної зайнятості (DCMS, 2023). Це підтверджує не лише економічну, а й соціальну значущість сектора.

Американський підхід представлений через Arts and Cultural Production Satellite Account, який адмініструє Bureau of Economic Analysis (BEA) у співпраці з National Endowment for the Arts. Методика інтегрує дані про культурне та креативне виробництво безпосередньо в систему національних рахунків, що забезпечує високу порівнюваність і точність макроекономічних показників. Як підкреслює Д. Маркус, ключовою перевагою є можливість аналізу взаємозв'язків між креативним сектором і загальною економікою через стандартні показники ВВП, продуктивності та експорту [61]. У 2021 році культурно-креативний сектор США додав \$1,02 трлн до ВВП країни, що еквівалентно 4,4% національної економіки, при цьому забезпечивши роботою 4,9 млн осіб (BEA, 2022). Водночас обмеженням є недостатній акцент на соціокультурному вимірі та впливі на розвиток людського капіталу – тут модель більш орієнтована на фінансові результати.

Корейська модель поєднує статистичний облік на базі стандартів ЮНЕСКО із масштабними державними програмами просування культурного експорту, відомими як Hallyu або «корейська хвиля». Міністерство культури, спорту та туризму Кореї щороку публікує Cultural Industry Statistics, де відображає дані не лише про економічні показники, але й про міжнародний культурний вплив, медіа-присутність та рівень споживання корейської продукції за кордоном. За даними KOFICE, у 2021 році експорт корейських креативних товарів і послуг сягнув \$12,45 млрд, зокрема завдяки успіху кіноіндустрії, К-поп та індустрії відеоігор. Як зазначає Н. Кім, ключова особливість корейського підходу – поєднання економічних індикаторів із вимірюванням культурної дипломатії, що значно підвищує вплив сектора на міжнародний імідж країни [62].

В Австралії Australian Bureau of Statistics (ABS) застосовує адаптовані підходи ОЕСР, доповнені регіональною деталізацією. Статистика креативних індустрій інтегрована в систему національних рахунків і одночасно використовується у регіональних програмах розвитку. Як зазначають К. Гібсон і Дж. Коннелл, ця модель особливо цінна для багатонаціональних та територіально різномірних держав, оскільки дозволяє формувати політики, чутливі до потреб

окремих штатів і міст [63]. У 2020 році креативні індустрії Австралії забезпечили 6,3% ВВП країни, при цьому темпи зростання зайнятості у секторі перевищили загальноекономічний показник у 1,5 рази.

Узагальнюючи результати порівняння, можна виділити такі ключові риси підходів:

- Велика Британія вирізняється чітко окресленим переліком креативних індустрій, заснованим на професійних критеріях, та потужною державною підтримкою, що забезпечує стабільність і системність статистики. Водночас слабким місцем є ризик відставання від нових тенденцій без оперативного оновлення класифікаторів.
- США інтегрували дані про мистецтво і культуру безпосередньо у систему національних рахунків, що дозволяє проводити детальний регіональний аналіз та розраховувати економічні мультиплікатори. Проте їхній підхід є концептуально вузьким, адже не охоплює всі прояви креативності (наприклад, ІТ чи науково-дослідні розробки).
- Республіка Корея робить стратегічний акцент на розвитку експортно орієнтованого культурного контенту, досягаючи вражаючих результатів у таких сегментах, як музика та кіно. Основні показники – обсяги продажів, зайнятість та експорт. Корея демонструє, як культура може стати інструментом формування глобального бренду країни та каталізатором суміжних вигод (туризм, споживчий попит). Ризик полягає у надмірній концентрації на комерційних секторах і можливій диспропорції розвитку.
- Австралія поєднує супутниковий рахунок культури з підходом «творчої інтенсивності», прагнучи врахувати як економічний, так і трудовий вимір креативної економіки. Її сильна сторона – аналітична гнучкість та ретельна робота з класифікаціями, проте існує обмеження, пов'язане з неповнотою офіційної статистики, яку доводиться доповнювати розрахунковими моделями.

Ці приклади свідчать, що універсальної моделі не існує: кожна держава адаптує методіку відповідно до власних економічних умов, статистичних можливостей та стратегічних пріоритетів.

З позиції автора, для України доцільно розробити комплексну методика, яка б поєднала найкращі міжнародні практики: від WIPO – стандартизовані індикатори (ВВП, зайнятість, зовнішня торгівля); від ЮНЕСКО – системність та охоплення нематеріальної спадщини; від ОЕСР та Австралії – інтеграцію у національні рахунки та комбінування кількох вимірів; від Великої Британії – гнучкість у визначенні сфер креативної економіки; від США – достовірність і деталізація даних, розрахунок мультиплікаторів; від Кореї – динамічний вимір, акцент на темпах зростання та експортних ефектах.

На підставі аналізу видно, що жодна з моделей не є універсальною – вони відображають специфіку економічної структури, культурної політики та стратегічних пріоритетів кожної держави. Для України, яка перебуває у стані війни та готується до повоєнного відновлення, доцільно інтегрувати: британську чіткість класифікацій та довгострокову інституційну сталість, американську економічну точність та інтеграцію в національні рахунки, корейську експортну спрямованість і вимірювання культурної дипломатії, австралійську регіональну чутливість і кластерний підхід.

Така комбінація дозволить створити методика, яка одночасно враховуватиме економічний, культурний, регіональний та міжнародний виміри креативних індустрій, що є критично важливим у процесі формування стійкої креативної економіки України.

Таким чином, українська модель має бути не просто адаптацією чужих підходів, а інтегрованою системою, орієнтованою на реалії нашої економіки та виклики воєнного і повоєнного періодів.

Визначення комплексу показників є ключовим етапом побудови системи оцінювання впливу креативних індустрій на економіку. Міжнародна практика демонструє, що такі індикатори охоплюють різні рівні та виміри – від макроекономічного внеску до інноваційного ефекту, від статистично вимірюваних величин до мультиплікаційних та опосередкованих впливів (табл.1.10).

Для оцінки економічного впливу креативних індустрій використовують наступні показники:

1. Частка у ВВП / валова додана вартість (ВДВ). Його обчислюють як сукупну додану вартість усіх визначених креативних секторів, виражену в грошовому еквіваленті або у відсотках до ВВП. За даними ЄС, культурні та креативні сектори формують близько 4,4% загального ВВП, у Великій Британії – понад 5%, а в Україні у 2019р. – близько 3,94% (117 млрд грн). Такий показник дозволяє співставляти вагу креативної економіки з іншими ключовими галузями – промисловістю, агросектором тощо. На думку науковців, цей показник є індикатором «економічної ваги» творчості та основою для порівняння між країнами[64]. Авторська позиція полягає в тому, що для України цей показник варто розраховувати не лише за офіційними кодами КВЕД, а й з урахуванням міжсекторальних видів діяльності, які нині недооцінені у статистиці.

2. Зайнятість та створення робочих місць. Креативні індустрії вирізняються високою інтенсивністю людського капіталу, знаннємісткістю та потенціалом для залучення молоді та висококваліфікованих кадрів. Показники включають загальну кількість зайнятих, їхню частку у структурі економіки, а також динаміку зростання. Наприклад, у Великій Британії зайнятість у креативному секторі за 2011–2019рр. зросла на 34%, тоді як загальний ринок праці – лише на 10%. В Україні у 2019 р. в креативних секторах працювало 352 тис. осіб (3,8% від загальної зайнятості). Дослідники підкреслюють, що якість робочих місць не менш важлива за їх кількість: у творчих галузях вищий освітній рівень працівників, але також більша частка нестандартної зайнятості (фриланс, проектна робота) [65]. Автор вважає, що для України доцільно оцінювати не лише чисельність та частку зайнятих, а й рівень стабільності зайнятості, освітню структуру та доходи, адже це дає комплексніше уявлення про соціально-економічний вплив.

3. Експорт та імпорт (креативне торговельне сальдо). Глобалізація робить зовнішньоекономічний вимір одним із ключових у розвитку креативної економіки. Показники включають обсяги експорту та імпорту креативних товарів і послуг,

їхню частку у загальній зовнішній торгівлі та баланс (сальдо). Південна Корея, наприклад, демонструє стійкий позитивний баланс у мільярди доларів завдяки експорту культурного контенту, тоді як багато країн залишаються імпортозалежними. За даними UNCTAD, Україна має негативне сальдо у сфері креативних товарів, але позитивне – у креативних послугах (передусім за рахунок ІТ-експорту). Автор підкреслює, що саме цей показник має стати ключовим у стратегічному вимірі, адже він свідчить про здатність креативної продукції бути конкурентною на світовому ринку та створювати «м'яку силу» держави.

4. Податкові надходження та фіскальний ефект. Креативні індустрії впливають на бюджет через прямі та непрямі податки. Показники включають обсяги податку на прибуток, ПДФО, ЄСВ, податку на додану вартість, а також співвідношення «доходи – державні витрати на сектор». У практиці WIPO до оцінки ВДВ додається обчислення «податків мінус субсидії» як індикатора чистого внеску. Науковці відзначають, що позитивне сальдо («сектор сам себе окупує») є вагомим аргументом для збільшення інвестицій[66]. Автор вважає, що для України такий підхід особливо важливий у повоєнний період, коли пріоритети бюджету жорстко обмежені, і кожна інвестиція має бути економічно виправданою.

5. Інноваційність та вплив на суміжні сектори. Креативні індустрії є потужним драйвером інновацій – як у сфері технологій, так і у сфері бізнес-моделей. Індикатори цього блоку можуть включати: обсяг витрат на R&D у креативному секторі; кількість зареєстрованих авторських прав, патентів, торговельних марок; регіональні індекси інноваційності у зонах концентрації креативних кластерів; мультиплікатори впливу («spillover effects»), які показують, скільки додаткового випуску чи робочих місць у суміжних галузях створює зростання креативного сектору.

Таблиця 1.10

Ключові показники економічного впливу креативних індустрій

Показник	Опис	Приклади з міжнародної практики	Погляди науковців та автора
Частка у ВВП / валова додана вартість (ВДВ)	Вимірне внесок креативних індустрій у національну економіку, виражений у валюті або % до ВВП.	ЄС – 4,4% ВВП; Велика Британія – понад 5%; Україна (2019) – ~3,94% (117 млрд грн).	Науковці відзначають, що цей показник є базовим для порівняння значущості сектора з іншими галузями.
Зайнятість та робочі місця	Кількість та частка зайнятих у креативних галузях, темпи зростання, якість робочих місць.	Британія: +34% зростання робочих місць (2011–2019); Україна (2019) – 352 тис. осіб (3,8% зайнятих).	Вчені підкреслюють роль креативних індустрій у створенні висококваліфікованих робочих місць та залученні молоді.
Експорт та імпорт (креативне торговельне сальдо)	Обсяг і структура міжнародної торгівлі креативними товарами та послугами.	UNCTAD: Південна Корея – позитивне сальдо у мільярди \$; Україна – позитивне сальдо по послугах, від’ємне по товарах.	Автор зазначає, що експортний потенціал креативних індустрій є стратегічним чинником глобальної конкурентоспроможності.
Податкові надходження та фіскальний внесок	Сума податків, що генерує сектор, включаючи ПДФО, ЄСВ, податок на прибуток.	Канада (Монреаль) – розрахунок податкового ефекту культурного сектору; Україна – частка ПДФО та ЄСВ від творчих галузей.	Дослідники вказують, що високі податкові надходження від сектора обґрунтовують збільшення державної підтримки.
Інноваційність та вплив на суміжні сектори	Витрати на R&D, кількість інтелектуальних прав, мультиплікатори та «spillover effects».	ЄС – кореляція між зайнятістю в креативних професіях і зростанням регіональної інноваційності; Британія – інвестиції у R&D у творчих галузях.	Автор вважає, що в Україні цей показник має бути стратегічним індикатором через його мультиплікативний ефект.

Джерело: власна розробка автора.

Європейські дослідження, зокрема аналітичний звіт KEA European Affairs (2019), доводять, що існує стійка й статистично значуща кореляція між високою часткою працівників, зайнятих у творчих професіях, та рівнем регіональної інноваційної активності [67]. У регіонах, де креативний сектор відіграє помітну роль, спостерігається не лише зростання кількості інноваційних продуктів і технологічних розробок, але й формування сприятливого середовища для розвитку підприємництва, залучення інвестицій та підвищення конкурентоспроможності місцевої економіки.

З позиції автора, цей показник має бути інтегрований до системи стратегічних індикаторів розвитку креативних індустрій в Україні, оскільки він відображає довгостроковий мультиплікаційний ефект: інвестиції у творчий людський капітал стимулюють створення нових знань, бізнес-моделей та інноваційних продуктів, які, у свою чергу, підвищують продуктивність економіки в цілому. В умовах післявоєнного відновлення України та необхідності диверсифікації економіки, відстеження цього показника дозволить своєчасно оцінювати, наскільки креативний сектор стає драйвером технологічного оновлення і структурної модернізації на регіональному рівні.

Розширений набір ключових індикаторів економічного впливу креативних індустрій доцільно формувати з урахуванням багатовимірності цього сектору, адже його вплив виходить далеко за межі безпосереднього виробництва товарів і послуг (табл.1.11). Зокрема, повна аналітична рамка має включати:

- Економічні показники – валова додана вартість (ВДВ), частка у ВВП, валовий випуск продукції. Ці індикатори дають змогу кількісно оцінити масштаб сектору в національній економіці, його динаміку та порівняти з іншими галузями.
- Соціально-економічні показники – рівень і структура зайнятості, кількість підприємств та їхній розмірний розподіл, рівень заробітної плати, гендерна й вікова структура працівників. Вони демонструють вплив галузі на ринок праці, розвиток людського капіталу та соціальну інтеграцію.
- Зовнішньоекономічні показники – обсяги експорту та імпорту креативних товарів і послуг, торговельне сальдо, географічна структура експорту, частка у

загальному обсязі зовнішньої торгівлі. Ці дані відображають конкурентоспроможність та міжнародну привабливість національного креативного продукту.

- Фіскальні показники – обсяг податкових надходжень, сплачених підприємствами та працівниками сектору (ПДФО, ЄСВ, корпоративний податок, ПДВ), а також співвідношення доходів і витрат держави на підтримку галузі. Вони дозволяють оцінити прямий внесок креативних індустрій у державні фінанси.
- Інноваційні показники – витрати на дослідження і розробки (R&D) у креативному секторі, кількість зареєстрованих патентів, авторських прав, торговельних марок, промислових зразків; мультиплікатори економічного ефекту та індикатори «spillover effects» на суміжні галузі. Ця група показників демонструє, як креативні індустрії сприяють технологічним і продуктово-ринковим інноваціям у ширшому економічному контексті.

Таблиця 1.11

Ключові індикатори економічного впливу креативних індустрій

Група індикаторів	Приклади показників	Опис та значення
Економічні	Валова додана вартість (ВДВ), Частка у ВВП, Загальний випуск продукції	Відображають прямий внесок креативних індустрій у національну економіку. Дозволяють порівнювати їх значущість із іншими секторами та формувати основу для державної політики.
Соціально-економічні	Кількість зайнятих, Частка у загальній зайнятості, Кількість підприємств, Структура робочої сили	Показують масштаби та якість зайнятості у секторі, рівень освіти працівників, інклюзивність ринку праці та потенціал створення робочих місць для молоді та спеціалістів.
Зовнішньоекономічні	Обсяг експорту/імпорту креативних товарів і послуг, Торговельне сальдо, Географія експорту	Характеризують конкурентоспроможність країни у світовій креативній економіці, рівень інтеграції у глобальні ринки та баланс

		між внутрішнім і зовнішнім попитом на креативну продукцію.
Фіскальні	Податкові надходження, Частка у доходах бюджету, Співвідношення податкових надходжень і бюджетної підтримки	Відображають фіскальну віддачу сектору, дозволяють оцінити ефективність інвестицій та програм підтримки з боку держави.
Інноваційні	Витрати на R&D, Кількість патентів, Об'єкти інтелектуальної власності, Мультиплікатори економічного ефекту	Показують роль креативних індустрій як катализатора інновацій та джерела довгострокового економічного зростання, а також їхній вплив на суміжні галузі.

Джерело: власна розробка автора.

У міжнародній практиці, як засвідчують дослідження WIPO, ЮНЕСКО, ОЕСР та ЄС, найбільша увага приділяється першим трьом групам індикаторів, оскільки вони відносно легко вимірюються, порівнюються між країнами та інтегруються в офіційні статистичні системи. Водночас сучасні аналітичні підходи дедалі частіше наголошують на важливості розширення цього переліку, щоб відобразити повний спектр впливу креативних індустрій – від економічних вигод до соціальної інтеграції, фіскальної віддачі та інноваційного потенціалу.

На думку автора, саме інтеграція цих п'яти блоків індикаторів у національну методику дасть змогу створити більш комплексний, стратегічно орієнтований інструмент оцінки для України, який не лише покаже поточний стан галузі, а й підкаже напрямки розвитку, інвестицій та державної підтримки, зокрема:

1. Частка креативних індустрій у ВВП та їх валова додана вартість є фундаментальним індикатором, який у міжнародній статистиці (OECD, WIPO, Eurostat) вважається відправною точкою для економічного аналізу сектору. Він вимірює обсяг створеної доданої вартості у визначених креативних секторах, віднесений до загального ВВП, і слугує своєрідним «термометром» економічної ваги галузі.

У Великій Британії креативні індустрії генерують понад 5% ВВП (DCMS, 2022), у Південній Кореї - близько 4,8% (KOFICE, 2021), у США культурний сектор (BEA Arts and Cultural Production Satellite Account) формує близько 4,3% ВВП.

D. Throsby вважає, що цей показник, доповнений оцінкою темпів зростання та структурою ВДВ (товари, послуги, цифрові продукти), дозволяє зрозуміти як стійкість, так і потенціал галузі [68].

Вважаємо, що в Україні необхідно вести регулярний моніторинг не лише абсолютної частки, але й порівняльного зростання з іншими секторами (ІТ, сільське господарство, промисловість). Це дасть змогу виявити пріоритети економічної політики та аргументувати збільшення інвестицій.

2. Зайнятість та робочі місця. Рівень зайнятості у креативних індустріях свідчить про соціальну значущість сектору. За даними OECD (2021), у більшості розвинених країн темпи зростання зайнятості у креативних секторах перевищують середньоекономічні показники.

У Великій Британії кількість робочих місць у креативних індустріях зросла на 34% за 2011–2019 рр. (проти 10% загального зростання), у Фінляндії понад 6% усіх зайнятих працюють у творчих секторах, в Австралії - 8,2%.

P. Флоріда підкреслює, що концентрація «креативного класу» є ключовим фактором регіональної конкурентоспроможності, стимулюючи інноваційний розвиток та залучення інвестицій [69].

На нашу думку, що поряд із кількісним вимірюванням доцільно відстежувати якісні характеристики робочих місць - рівень освіти, частку фрилансерів та самозайнятих, стабільність контрактів, гендерний баланс. Це дозволить інтегрувати соціально-економічний аналіз у політику зайнятості.

3. Експорт, імпорт та креативне торговельне сальдо. Зовнішньоекономічні показники дають змогу оцінити глобальну інтегрованість креативних індустрій. Вони включають обсяги експорту та імпорту креативних товарів і послуг, а також баланс між ними.

Так, Південна Корея має стійке позитивне сальдо (експорт музики, кіно, ігор), Велика Британія є лідером експорту культурних послуг у ЄС, тоді як невеликі європейські країни, як правило, імпортують більше креативного контенту, ніж експортують.

На нашу думку, що не лише вимірювати обсяги експорту, але й оцінювати географічну диверсифікацію та рівень залежності від одного-двох ринків. Це критично важливо для формування стратегій експортної безпеки.

В нинішній час для України ключовим є впровадження індексу інноваційного впливу креативних індустрій, що вимірюватиме їх внесок у суміжні сектори та технологічне оновлення економіки.

Вважаємо, що єдиної універсальної системи показників для оцінки економічного впливу креативних індустрій не існує - кожна країна адаптує набір індикаторів під власні статистичні можливості та стратегічні пріоритети. Для України автор пропонує створити комплексний індикаторний набір на основі кращих міжнародних практик (WIPO, UNESCO, OECD, ЄС, UNCTAD), який включатиме економічні, соціальні, фінансові та інноваційні виміри, що дозволить інтегрувати креативну економіку у стратегію сталого зростання та поствоєнного відновлення.

Оцінювання економічного впливу креативних індустрій вимагає ретельно вивіреного поєднання методів збору, систематизації та аналізу даних, щоб отримані результати мали високу достовірність, були інтерпретаційно коректними та політично релевантними. Міжнародний досвід (Хіггс П.) свідчить, що найбільш успішні моделі ґрунтуються на інтеграції офіційної статистики, галузевих джерел та якісних досліджень, а їхня інтерпретація враховує як прямий, так і опосередкований ефект для економіки [70].

1. Ідентифікація та класифікація креативних видів діяльності. Перший етап полягає у чіткому визначенні того, що відноситься до креативних індустрій. Міжнародні підходи різняться:

- Фіксований перелік галузей (WIPO, DCMS) - стабільність класифікації, але ризик відставання від нових трендів.

- Модель творчої інтенсивності (Велика Британія, Австралія) - врахування частки творчих професій у будь-якій галузі.
- Виробничо-функціональний підхід (UNESCO FCS) - розподіл культурної діяльності за доменами і функціями.

На думку автора, для України доцільно поєднати фіксований перелік КВЕД із можливістю включення нових видів діяльності, що швидко зростають (зокрема, ІТ-послуги, геймдев, дизайн цифрового контенту). Дослідження науковців підтверджують, що динамічний підхід підвищує чутливість методики до інноваційних секторів [71].

Особливу увагу слід приділити коефіцієнтам авторської частки, які застосовує WIPO: це дозволяє адекватно оцінити змішані галузі (друкарство - частково креативне, частково технічне).

2. Використання наявних статистичних джерел. Базовими є дані національних рахунків, структурної статистики підприємств, обстежень робочої сили та зовнішньоторговельної статистики. Перевага - репрезентативність і регулярність; обмеження - фрагментарність і різний рівень деталізації.

Міжнародні практики свідчать, що у більшості країн збір даних для культурних рахунків потребує цільових витягів або доступу до мікроданих. Для України актуально також доповнювати офіційну статистику: податковими даними (ДПС України), галузевими звітами (асоціації видавців, кіноіндустрії, дизайнерів), міжнародними базами (UNCTAD, UIS UNESCO, Світовий банк), спеціальними опитуваннями для виявлення неформальної творчої економіки.

Науковці наголошують, що ігнорування тіньового та проєктного сегменту призводить до заниження реального внеску галузі. Автор вважає, що для України доцільно впровадити коефіцієнт коригування на тіньову складову на основі експертних оцінок і вибіркового опитувань [72].

3. Методи аналізу: прямі показники vs. мультиплікаторні моделі. Структурний аналіз - порівняння частки ВВП, зайнятості, експорту та темпів зростання з іншими секторами. Моделювання міжгалузевих зв'язків (input-output, SAM) - оцінка непрямих та індукованих ефектів (метод Леонтьєва).

Дослідження Р. Міллер, П. Блер та останні культурні рахунки Австралії показують, що мультиплікатори креативних індустрій можуть перевищувати аналогічні показники промислових секторів, особливо у країнах із високим внутрішнім попитом [73]. Вважаємо, що для України це особливо актуально у зв'язку з потенціалом креативного туризму, івент-індустрії та експорту цифрового контенту.

4. Врахування регіональних та локальних особливостей. Креативні індустрії зазвичай мають кластерну концентрацію [74]. Для України характерна висока частка Києва та обласних центрів у ВДВ креативного сектору. Це означає необхідність регіонального зрізу статистики для підтримки стратегій розвитку у громадах, де сектор є недооціненим.

5. Порівняння динаміки та бенчмаркінг. Методологія повинна передбачати часові ряди та міжнародні порівняння. Як зазначає Дж. Поттс, що саме порівняльний аналіз дозволяє виявити «точки росту» і зрозуміти, чи розвиток сектору є результатом стратегічної політики, чи стихійних процесів [75].

6. Уніфікація термінів та коректність інтерпретації. Чітке визначення понять («валова додана вартість», «прямий ефект», «непрямий ефект») є обов'язковим. Це запобігає подвійним підрахункам та маніпуляціям.

7. Якісний аналіз як доповнення до статистики. Кількісні показники необхідно підкріплювати кейсами та контекстними поясненнями. Наприклад, різке зростання обсягів у підсекторі кіно може бути результатом не сталого тренду, а реалізації кількох великих проєктів.

Вважаємо, що ідеальна методика для України повинна поєднувати статистичну агрегацію, економіко-математичне моделювання, регіональний аналіз і якісну експертизу. При цьому важливо забезпечити адаптивність класифікацій до швидких технологічних змін, а також систематично враховувати неформальний сектор, який є суттєвою частиною креативної економіки країни. Це дозволить сформувати повний, достовірний і політично значущий портрет економічного впливу креативних індустрій.

Оцінювання економічного впливу креативних індустрій вимагає ретельно вивіреного поєднання методів збору, систематизації та аналізу даних, щоб отримані результати мали високу достовірність, були інтерпретаційно коректними та політично релевантними (дод. Б). Міжнародний досвід свідчить, що найбільш успішні моделі ґрунтуються на інтеграції офіційної статистики, галузевих джерел та якісних досліджень, а їхня інтерпретація враховує як прямий, так і опосередкований ефект для економіки.

На нашу думку, ідеальна методика для України повинна поєднувати статистичну агрегацію, економіко-математичне моделювання, регіональний аналіз і якісну експертизу. При цьому важливо забезпечити адаптивність класифікацій до швидких технологічних змін, а також систематично враховувати неформальний сектор, який є суттєвою частиною креативної економіки країни. Це дозволить сформувати повний, достовірний і політично значущий портрет економічного впливу креативних індустрій.

З урахуванням міжнародного досвіду (WIPO, ЮНЕСКО, Євростат) та особливостей соціально-економічного розвитку України, автором розроблено методику комплексної оцінки економічного впливу креативних індустрій. Її концепція ґрунтується на поєднанні підходів, що отримали широке визнання у працях Д. Тросбі, Р. Флориди, Дж. Хокінса, та адаптації до національних статистичних можливостей і специфіки креативного сектору України.

Методика передбачає п'ять взаємопов'язаних етапів (табл.1.12.):

1. **Визначення переліку креативних індустрій.** Автор пропонує використовувати комбінований підхід: за основу беруться сектори, захищені авторським правом (WIPO), та культурні домени ЮНЕСКО, після чого вони перевіряються на відповідність критерію творчої інтенсивності з урахуванням українських даних. Такий метод дозволяє, з одного боку, забезпечити міжнародну порівнюваність, а з іншого — відобразити національну специфіку (наприклад, вагомість ІТ-сектору та реклами в економіці України).
2. **Збір статистичних даних.** Джерельна база формується на основі офіційної державної статистики (Держстат, НБУ, Мінекономіки, ДПС), а також

міжнародних баз (UNCTAD, Comtrade). Передбачено залучення мікроданих та спеціальних запитів для деталізації показників за кодами КВЕД. Такий підхід узгоджується з пропозиціями ОЕСР щодо використання багатоканальної статистичної інформації для секторів із високим рівнем інноваційності.

3. Розрахунок прямих економічних показників. До системи індикаторів включено: валову додану вартість та її частку у ВВП; кількість зайнятих та середню заробітну плату; обсяги експорту та імпорту креативних товарів і послуг; сумарні податкові надходження; структуру ВДВ, зайнятості та експорту за підсекторами; продуктивність праці та інші ефективнісні показники.

Наукове підґрунтя такої системи індикаторів узгоджується з концепцією мультиіндикаторного підходу (multi-indicator framework), що активно використовується у дослідженнях Європейської комісії для вимірювання впливу культурних та креативних індустрій.

4. Моделювання сумарного економічного впливу. Використовується модель міжгалузевого балансу (Input-Output analysis) з розрахунком мультиплікаторів випуску та ВДВ. Автор підтримує підхід, запропонований у роботах Р. Стоуна та В. Леонтєва, відповідно до якого економічний ефект включає прямий, непрямий та, за можливості, індукований вплив. Для умов України доцільно обмежитися прямим і непрямим ефектами, враховуючи доступність даних та структурну специфіку креативного сектору.

5. Інтерпретація та формування політичних висновків. Результати оцінки порівнюються з показниками інших галузей (сільське господарство, металургія, машинобудування) та з даними інших країн. Це дозволяє підкреслити, що креативний сектор України за економічним внеском уже наближається до традиційних «базових» галузей. Такий підхід кореспондує з поглядами Р. Флориди на креативність як стратегічний ресурс розвитку національної економіки.

Авторська позиція полягає у тому, що методика повинна не лише надавати кількісні показники, але й виконувати роль інструменту стратегічного планування. Її гнучкість дозволяє адаптувати набір індикаторів до змін у класифікаціях, появи нових джерел даних чи розвитку креативних технологій.

Запропонований підхід забезпечує: **міжнародну порівнюваність** результатів; **адекватне відображення національної специфіки**; **можливість регулярного оновлення** з урахуванням нових статистичних можливостей; **інформаційну підтримку для державної політики**, орієнтованої на зростання внеску креативних індустрій у ВВП, експорт та зайнятість.

Таким чином, методика, що поєднує міжнародні стандарти та українські реалії, дозволяє перетворити креативні індустрії на один із ключових драйверів економіки знань, зміцнення експортного потенціалу та розвитку людського капіталу. Її впровадження забезпечить отримання вагомих аргументів для інвестицій у творчий сектор та гармонізацію державної політики з європейськими підходами до розвитку економіки креативності.

Таблиця 1.12

Методика оцінювання економічного впливу креативних індустрій

Етап	Зміст	Джерела даних	Очікуваний результат
1. Визначення переліку креативних індустрій	Комбінований підхід: сектори WIPO + культурні домени ЮНЕСКО, перевірені на творчу інтенсивність. Адаптація до національної специфіки (IT, реклама, дизайн, традиційні мистецькі галузі).	Міжнародні класифікації (WIPO, ЮНЕСКО), КВЕД-2010, Класифікатор професій України.	Сформований перелік галузей та підгалузей креативних індустрій з урахуванням національних особливостей.
2. Збір статистичних даних	Агрегація офіційної статистики та міжнародних баз, використання мікроданих і спеціальних запитів. Перевірка повноти та репрезентативності.	Держстат, НБУ, ДПС, Мінекономіки, UNCTAD, Comtrade, Євростат.	Єдина узгоджена база статистичних показників для аналізу креативного сектору.
3. Розрахунок прямих економічних показників	Валовий випуск, ВДВ, зайнятість, експорт/імпорт, податки, продуктивність праці, структура за підсекторами.	Національні рахунки, структурна статистика підприємств, обстеження робочої сили, зовнішньоторговельна статистика.	Кількісна оцінка прямого внеску креативних індустрій в економіку.
4. Моделювання сумарного економічного впливу	Input-Output аналіз, розрахунок мультиплікаторів випуску та ВДВ, оцінка прямих і непрямих ефектів.	Міжгалузеві баланси, моделі Леонтьєва, наукові дослідження та галузеві звіти.	Оцінка повного економічного ефекту креативних індустрій з урахуванням ланцюгів постачання.
5. Інтерпретація та формування політичних висновків	Порівняння з іншими галузями та міжнародними показниками, визначення сильних і слабких сторін сектору.	Аналітичні звіти, міжнародні бази даних, національні статистичні публікації.	Рекомендації для державної політики та стратегічного планування розвитку креативних індустрій.

Джерело: власна розробка автора

Запропонована методика оцінювання економічного впливу креативних індустрій поєднує міжнародні підходи (WIPO, ЮНЕСКО, ЄС) та адаптує їх до українських реалій. Вона охоплює ідентифікацію секторів за критерієм творчої інтенсивності, використання багатоканальної статистичної бази (Держстат, НБУ, митна статистика, галузеві асоціації) та розрахунок ключових індикаторів – валової доданої вартості, зайнятості, експорту, податкових надходжень, інноваційної активності.

Методика передбачає врахування мультиплікаційного ефекту через міжгалузеві моделі, що дозволяє визначити повний економічний внесок креативних індустрій, а також забезпечує можливість періодичного оновлення показників. Апробація підходу показала, що цей сектор формує близько 4% ВВП і 4% зайнятості в Україні, демонструючи значний потенціал зростання.

Отримані результати створюють базу для системного моніторингу, формування державної політики підтримки креативного сектору та інтеграції української статистики з європейськими стандартами, що є ключовим для розвитку економіки знань та інновацій.

Висновки до розділу 1

1. Поняття «культурні індустрії» традиційно охоплює галузі, пов'язані зі створенням, виробництвом та розповсюдженням культурних благ і послуг, що мають переважно художню, естетичну або спадщинну цінність. «Креативні індустрії» є ширшим терміном, який включає культурні індустрії, але також охоплює інші сфери, де творчість і інновації є основою для створення економічної вартості, зокрема дизайн, ІТ, рекламу, моду. «Креативна економіка» розглядається як макрорівневий підхід, що об'єднує всі галузі економіки, де творчий потенціал, інтелектуальна власність та інновації є ключовими ресурсами зростання та конкурентоспроможності.

Еволюція від «культурних індустрій» до «креативних індустрій», а згодом - до «креативної економіки» відображає зміну економічної парадигми XXI століття: перехід від індустріальної моделі, орієнтованої на матеріальне виробництво, до постіндустріальної, де головними факторами є знання, творчість і здатність до інновацій.

2. Сучасний розвиток креативних індустрій демонструє, що вони не лише інтегруються у державну економічну стратегію, але й впливають на її зміст. Зростає потреба в системному підході, що поєднує економічну, культурну, освітню та інноваційну політику. Успішні моделі розвитку креативних індустрій у XXI столітті мають базуватися на трьох складових: інституційна зрілість, економічна інтеграція, культурна інклюзія.

3. Досвід України підтверджує, що розвиток креативних індустрій навіть у надзвичайно складних умовах може бути стратегічною інвестицією в економічну стійкість і соціальну консолідацію, а в перспективі - стати одним із ключових факторів відновлення конкурентоспроможності країни на глобальній арені. Український досвід у розвитку креативних індустрій в умовах війни демонструє унікальну модель, яка поєднує економічну гнучкість, високу адаптивність та потужний соціально-культурний потенціал.

4. Креативна економіка у сучасному світі має комплексний і багатовимірний вплив, який не обмежується лише економічною площиною. З авторської точки зору, її стратегічна цінність полягає у здатності поєднувати економічний розвиток із збереженням і примноженням культурного капіталу, формуючи синергію між матеріальними та нематеріальними активами нації.

5. Інтеграція п'яти блоків індикаторів економічного впливу креативних індустрій у національну методика дасть змогу створити більш комплексний, стратегічно орієнтований інструмент оцінки для України, який не лише покаже поточний стан галузі, а й підкаже напрямки розвитку, інвестицій та державної підтримки.

6. Методика, що поєднує міжнародні стандарти та українські реалії, дозволяє перетворити креативні індустрії на один із ключових драйверів економіки знань, зміцнення експортного потенціалу та розвитку людського капіталу. Її впровадження забезпечить отримання вагомих аргументів для інвестицій у творчий сектор та гармонізацію державної політики з європейськими підходами до розвитку економіки креативності.

Основні наукові результати першого розділу опубліковані у працях автора [143;145;149;152;157;159].

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз сучасного стану розвитку складників креативних індустрій в Україні.

Креативні індустрії (КІ) становлять інтегрований сектор економіки, що об'єднує види діяльності, пов'язані зі створенням унікальних культурних і творчих продуктів та послуг на основі інновацій, знань і креативності. Закон України «Про культуру» визначає КІ як сферу, у якій додана вартість формується завдяки виробництву культурного чи креативного продукту. До цього переліку входять дизайн і мода, реклама та брендинг, видавнича діяльність, ІТ і комп'ютерні технології, аудіовізуальне мистецтво (кіно, телебачення), музика, архітектура, народні промисли та інші творчі напрями. Серед типових прикладів - розробка програмного забезпечення, створення рекламних кампаній, книговидання, відеопродакшн, художні та ремісничі вироби.

В Україні креативні індустрії активно розвивалися протягом останніх десяти років. За оцінками Київської школи економіки, їхня валова додана вартість у 2018 році становила 97 млрд грн (3,9% ВВП), а в 2019 році вже зросла до 117,2 млрд грн (3,95% ВВП) [76]. Лідером за внеском у створення креативної доданої вартості є ІТ-сектор і комп'ютерне програмування, що забезпечували близько 43% загального обсягу у 2019 році. Значними також були частки рекламних агентств (приблизно 12%), ІТ-консалтингу та інформатизації бізнесу (близько 10%), а також телевізійного мовлення (приблизно 9%).

Зайнятість у секторі також зростала: у 2019 році в КІ працювало близько 352 тис. осіб, або 3,6% від усього ринку праці, що на 14% більше порівняно з попереднім роком. Це свідчить про розширення креативного бізнес-середовища, збільшення

кількості компаній і ФОП у сферах дизайну, медіа, реклами та ІТ, розвиток стартап-екосистеми й освітніх програм для творчих професій.

Динамічно зростає і експорт. За даними KSE, у 2019 році Україна експортувала креативних послуг на 5,4 млрд дол., що становило близько 30% усього експорту послуг. Натомість обсяг експорту креативних товарів залишався порівняно невисоким - близько 0,5 млрд дол. (приблизно 1% загального експорту товарів).

Отже, до 2020 року креативні індустрії сформувалися як один із перспективних секторів української економіки: вони зростали швидше, ніж ВВП загалом, створювали висококваліфіковані робочі місця, нарощували експорт послуг і демонстрували високий потенціал для подальшої модернізації та інноваційного розвитку.

Креативні індустрії України формують комплексну систему взаємопов'язаних секторів, які ґрунтуються на творчій діяльності, інноваціях, інтелектуальній праці та культурному виробництві. На основі офіційних класифікацій та статистичних даних можна виокремити низку ключових груп, що становлять ядро креативної економіки та визначають її структурну динаміку.

Одним із провідних сегментів є інформаційні технології та програмування. Це найбільша і найдинамічніша складова креативної економіки, що охоплює розробку програмного забезпечення, геймдев, ІТ-консалтинг, мультимедійне і цифрове виробництво. Україна входить до провідних експортерів ІТ-послуг у світовому масштабі. За оцінками KSE, саме ІТ-сектор формував майже 43 % доданої вартості всього креативного сектору у 2019 році. Науковці визначають ІТ-галузь як основу «цифрового ядра» креативної економіки, оскільки вона забезпечує створення високотехнологічного контенту, стимулює інновації та інтегрує Україну у глобальні ланцюги цифрової цінності.

Другий важливий сегмент - реклама, маркетинг і брендинг, що генерує значну частку доходів креативної економіки. Він охоплює виробництво рекламних кампаній, цифрових медіа, брендингових стратегій і маркетингових сервісів. У 2019 році

частка реклами у структурі валової доданої вартості КІ становила близько 12 %. З позиції науковців, рекламна індустрія є ключовим посередником між культурними та комерційними ринками, формує комунікаційну інфраструктуру економіки та стимулює розвиток цифрових компетентностей населення [77].

Значну роль відіграють дизайн і мода, які включають графічний, веб-, індустриальний дизайн, фешн-індустрію, ювелірне виробництво та продуктову розробку. До пандемії сектор демонстрував активне зростання — збільшувалася кількість дизайнерських студій, брендів і креативних майстерень, що активно виходили на міжнародні ринки. Науковці підкреслюють, що дизайн є «креативним мультиплікатором», оскільки якісні дизайнерські рішення підвищують конкурентоспроможність продукції у промисловості, сервісах та урбаністиці, створюючи мультиплікативний ефект для всієї економіки.

До структури креативних індустрій також входять аудіовізуальні мистецтва - кіно, телебачення та відеоконтент. До 2019 року українська кіноіндустрія демонструвала стабільне зростання та створювала близько 4 % валової доданої вартості креативного сектору. Пандемія та війна суттєво вплинули на знімальні процеси, однак з 2023 року відзначається поступове відновлення завдяки державній підтримці та участі у міжнародних копродукційних проєктах. Науковці наголошують, що аудіовізуальні індустрії формують «культурний капітал» нації та є важливим інструментом розвитку м'якої сили держави [78].

Суттєве значення має й музична індустрія та сценічне мистецтво. До 2020 року цей сектор охоплював музичні фестивалі, концертні агенції, театри, продюсерські компанії та творчі колективи. Пандемія та війна призвели до різкого зниження кількості подій, однак галузь продемонструвала високу адаптивність: артисти перейшли в онлайн-формати, активізували міжнародні колаборації, волонтерські ініціативи та соціальні проєкти. Науковці відзначають, що музична і сценічна творчість зміцнює соціальну згуртованість, формує культурну ідентичність та підвищує психологічну стійкість суспільства [79].

Окремим напрямом є архітектура, урбаністика та просторовий дизайн. До 2020 року архітектурні студії активно реалізовували проекти міського розвитку, комерційної й житлової забудови. У 2022 році близько 68 % студій були вимушено призупинені. Водночас післявоєнна відбудова створює унікальне вікно можливостей для зростання цього сегменту. Науковці зазначають, що архітектура є не лише проявом творчості, а й інструментом просторового розвитку, реконструкції територій та формування нової урбаністичної логіки.

До складу креативного сектору належить також книговидання і медіа. Хоча друковані медіа переживають спад, частка експорту українських книжок зменшилася з 11 % у 2017 р. до 2,5 % у 2022 р., відбувається активна цифровізація ринку: зростає обсяг онлайн-продажів, електронних видань, аудіокниг і подкастів. Це свідчить про переорієнтацію сектору на нові формати споживання контенту.

Важливе місце посідають музеї, бібліотеки, архіви та народні промисли, які формують культурну інфраструктуру та забезпечують збереження національної спадщини. З 2020 року вони активно цифровізуються, створюють онлайн-експозиції, віртуальні тури та освітні платформи. Держава підтримує народні промисли та культурні інституції через грантові та інституційні програми, забезпечуючи збереження традиційної культури.

Структура креативних індустрій України є багатовимірною та охоплює низку підсекторів, що базуються на інтелектуальній праці, творчості, цифрових технологіях і культурному виробництві. Кожен із підсекторів формує власний внесок у валову додану вартість креативної економіки та по-різному реагує на економічні кризи, соціальні трансформації й виклики воєнного періоду. Таблиця 2.1. узагальнює часткову структуру ВДВ креативних індустрій станом на 2019 рік та відображає ключові тенденції їх розвитку в 2020–2024 рр., зокрема особливості динаміки під час пандемії та повномасштабного вторгнення.

Таблиця 2.1

Структура креативних індустрій України

Підсектор КІ	Частка у ВДВ КІ (2019), %	Оцінка стану у 2020–2022	Динаміка 2023–2024	Ключові драйвери
ІТ та програмування	43%	Зростання, стійкість під час війни	Стале відновлення, експорт >7 млрд дол.	цифровізація, глобальні ринки
Реклама і маркетинг	12%	Падіння у 2020; адаптація до digital	Пожвавлення SMM і digital	розвиток онлайн-реклами
Дизайн і мода	10%	Падіння через кризу попиту	Експорт, онлайн-продажі	індивідуальні бренди
Кіно, телебачення	4%	Зупинка зйомок, падіння ринку	Відновлення, міжнародні проекти	державна підтримка
Музична сфера	3%	Занепад live-подій	Онлайн-формати, колаборації	фестивалі, медіа
Архітектура	2%	68% бюро призупинили роботу	Нові проекти відбудови	урбаністичний розвиток
Книговидання	1,5%	Скорочення друку	Ріст digital-продукції	електронні сервіси
Музеї, бібліотеки, ремесла	1%	Цифровізація	Гранти, культурна дипломатія	культурна спадщина

Джерело: складено на основі публічних джерел інформації.

Дані таблиці 2.1. демонструють структурну різноманітність креативних індустрій України та неоднакову динаміку розвитку їх окремих підсекторів у період 2020–2024 рр. Найбільшою складовою є ІТ та програмування, що формують 43 % валової доданої вартості креативної економіки та залишаються її ключовим драйвером. ІТ-сектор показав високу стійкість під час пандемії та війни, зберіг стабільні темпи зростання та значний експортний потенціал, перевищивши 7 млрд доларів США у 2023–2024 рр. Його розвиток забезпечується цифровізацією, інтеграцією у глобальні ринки та високим рівнем кваліфікації українських фахівців.

Сегмент реклами і маркетингу, який забезпечував близько 12 % ВДВ КІ, зазнав спаду у 2020 році, але швидко адаптувався до цифрових форматів. У 2023–2024 рр. він демонструє поживлення, обумовлене розвитком SMM, розширенням онлайн-

комунікацій і зростанням попиту на брендинг у контексті цифрової економіки. Розвиток digital-реклами та зростання електронної комерції є ключовими чинниками відновлення цього підсектору.

Підсектор дизайну та моди (близько 10 % ВДВ КІ) зазнав відчутного впливу падіння внутрішнього попиту у 2020–2022 рр., але продемонстрував позитивну динаміку в 2023–2024 рр. завдяки участі українських брендів у міжнародних ринках, розвитку онлайн-продажів та поширенню цифрового дизайну. Підвищений попит на індивідуальні бренди та крафтові вироби сприяє відновленню цього сегмента й розширенню його експортного потенціалу.

Аудіовізуальний сектор - кіно та телебачення, який забезпечував приблизно 4 % ВДВ КІ, був одним із найбільш постраждалих у період пандемії та перших місяців війни. Проте з 2023 року він демонструє помітне відновлення завдяки державній підтримці, грантовим програмам та участі у міжнародних кінопроєктах. Зростання копродукції та залучення іноземних партнерів вказує на поступове повернення цього сегмента до траєкторії розвитку.

Сфера музичної індустрії та сценічного мистецтва, частка якої становила близько 3 %, є найбільш чутливою до криз, оскільки значною мірою залежить від проведення live-подій. Пандемія та війна призвели до різкого скорочення концертної діяльності, але сектор продемонстрував адаптивність, активно переходячи в онлайн-формати, міжнародні співпраці та волонтерські ініціативи. У 2023–2024 рр. простежується поступове відновлення, зокрема через відродження фестивалів і концертних програм.

Підсектор архітектури, що формував близько 2 % ВДВ КІ, виявився одним із найбільш постраждалих унаслідок війни: у 2022 році понад 68 % архітектурних бюро призупинили роботу. Проте з початком відбудови та реалізації урбаністичних проєктів цей сектор демонструє значний потенціал зростання. Масштабна повоєнна реконструкція та залучення міжнародних архітекторів є основними драйверами його відновлення.

Сфера книговидання, що забезпечувала близько 1,5 % ВДВ КІ, у 2020–2022 рр. характеризувалася скороченням обсягів друку, але водночас активно переходила у цифровий формат. Розвиток електронних книг, аудіоконтенту та онлайн-дистрибуції забезпечує нову траєкторію зростання, адаптовану до сучасних споживчих тенденцій.

Підсектори музеїв, бібліотек, архівів і народних промислів, які формували близько 1 % ВДВ КІ, виконують важливу культурну та соціальну функцію. У 2020–2022 рр. вони активно впроваджували цифрові інструменти - онлайн-виставки, віртуальні тури, освітні платформи. У 2023–2024 рр. розвиток цих сфер підтримується грантами, програмами міжнародної співпраці та інструментами культурної дипломатії, що сприяє збереженню національної спадщини та розширенню культурної участі громад.

Дослідники креативної економіки підкреслюють низку концептуально важливих положень, що визначають роль креативних індустрій у сучасному соціально-економічному розвитку [80]. Передусім наголошується, що креативні індустрії формують нові ланцюги доданої вартості, у межах яких центральне місце посідають ідеї, інтелектуальна праця, дизайн і культурні смисли. Таким чином, КІ виступають основою так званої «економіки смислів», де творчість і знання стають ключовими ресурсами, а нематеріальні активи - основним джерелом вартості.

Окрему увагу дослідники приділяють ІТ-сектору та цифровому дизайну, які утворюють ядро сучасного економічного зростання [81]. Саме ці підсектори генерують високотехнологічний експорт, що є визначальним для макроекономічної стабільності України, особливо в умовах воєнної кризи та структурної перебудови національної економіки.

Водночас культурні сфери - музика, театр, мистецькі та гуманітарні проєкти - виконують незамінну соціальну функцію. Вони забезпечують суспільну стійкість, укріплюють локальну ідентичність і сприяють формуванню соціального капіталу, підтримуючи згуртованість громад у часи нестабільності.

Стратегічного значення набувають архітектура та урбаністика, які дослідники визначають як фундамент післявоєнної реконструкції територій. Ці підсектори формують нову просторову логіку розвитку, сприяють відновленню інфраструктури та інтеграції сучасних стандартів безпеки, комфорту й екологічності у міське середовище.

Завершальним важливим положенням є роль дизайну та медіа як драйверів інноваційності у сферах виробництва та споживання. Завдяки інтеграції креативних і технологічних рішень ці сегменти стимулюють появу нових продуктів, послуг і моделей поведінки, що сприяє модернізації економіки загалом.

До 2020 року креативні індустрії стали одним із ключових драйверів розвитку української економіки, формуючи близько 4% національної доданої вартості, сотні тисяч робочих місць та експорт послуг на рівні понад 5 млрд доларів США. Домінування IT-послуг, активізація рекламно-маркетингового сектору, розвиток дизайну й аудіовізуального контенту підтверджують, що КІ є стратегічною сферою, здатною забезпечити модернізацію економіки та інтеграцію України у глобальні ринки креативного продукту.

Період 2020–2024 років став для креативних індустрій України одним із найскладніших за всю історію їхнього існування. Якщо до 2020 року сектор характеризувався стійким зростанням, динамічним формуванням нових бізнес-моделей та інтеграцією у міжнародний ринок креативних послуг, то пандемія COVID-19, а згодом і повномасштабна війна 2022 року радикально змінили умови функціонування галузі. Креативний сектор зазнав комплексних економічних, соціальних, фінансових і інституційних викликів, які суттєво вплинули на його поточний стан і перспективи розвитку.

Пандемія COVID-19 у 2020–2021 роках стала першим масштабним шоком, який спричинив різке зниження економічної активності у сферах, орієнтованих на фізичну взаємодію з аудиторією: театральне та концертне мистецтво, кіноіндустрія, івент-ринок, мода та інші культурні практики. Дані опитувань засвідчили, що 72%

підприємців креативного сектору вважали свою сферу більш вразливою до наслідків пандемії, ніж інші галузі економіки. Уже в перші тижні локдауну середнє падіння продажів становило близько 50%, а понад третина компаній втратили до 75% доходів. У значної частки підприємств (27%) не було технічної або організаційної можливості перейти на онлайн-моделі діяльності, що фактично паралізувало їхні бізнес-процеси. Разом із тим пандемія прискорила цифровізацію галузі: більшість компаній перейшли на дистанційну роботу, впровадили онлайн-продажі, цифровий маркетинг та інші технологічні рішення. Понад половина підприємців заявили, що після завершення карантину планують перейти на гнучкі моделі діяльності.

Другим, значно масштабнішим викликом стала повномасштабна війна з початку 2022 року. Вплив військової агресії на креативний сектор був комплексним та універсальним, на відміну від пандемії, яка насамперед уразила «контактні» сфери. У першому кварталі 2022 року кількість платників податків у КІ скоротилася на 60%, а задекларовані доходи впали на 41% порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Це свідчило про масове призупинення діяльності підприємств, фрилансерів та індивідуальних підприємців. Значним викликом стала втрата людського капіталу: понад 20% креативних фахівців виїхали за кордон, 34,6% спеціалістів, які мали роботу до початку вторгнення, втратили її, а найбільш уразливими виявилися дизайнери, креативні менеджери та спеціалісти з контенту. Стійкішими залишалися лише сегменти ІТ та геймдев, де лише 10–13% компаній повністю зупинили роботу.

Суттєвим викликом стало й масове зупинення підприємницької діяльності: близько 37% компаній креативного сектору тимчасово припинили роботу. Найглибшого удару зазнала архітектурна сфера, де 68% бюро відклали або призупинили проєкти. Одночасно сектор відчув нестачу фінансування: державні програми підтримки культури, які діяли до війни, були згорнуті або переорієнтовані на оборонні потреби, а приватні замовники масово скорочували або відклали

співпрацю з креативними агентствами. У багатьох компаній утворилися борги, а залучення інвестицій стало практично неможливим у перші місяці вторгнення.

Психологічний тиск, стрес та емоційне вигорання стали ще одним критичним викликом. Креативна праця значною мірою залежить від стану емоційного ресурсу, а війна кардинально змінила умови діяльності, викликавши втрати, релокацію, невизначеність і ризики. Проте поряд із цим у секторі проявилася висока соціальна стійкість: фахівці долучилися до волонтерства, інформаційної боротьби, створення благодійних та культурних проєктів, спрямованих на підтримку суспільства і Збройних Сил України. За опитуваннями, 80% представників КІ залишилися працювати в Україні, а серед них 61% становили жінки, що підкреслює важливу роль жіночої участі в секторі.

Креативні індустрії також відчули загальноекономічні наслідки війни: зростання тарифів на енергоносії та логістику, інфляцію, зниження купівельної спроможності, девальвацію гривні. Закриття ринків Росії та Білорусі позбавило частину підсекторів традиційних споживачів, що зумовило потребу переорієнтації на ринки Європейського Союзу та інших країн. У поєднанні всі ці фактори сформували багатовимірний кризовий контекст, який у науковій літературі вже називають «ефектом потрійного удару» - поєднанням економічного, соціального та інституційного тиску на креативну економіку [82].

Для кращого узагальнення викликів доцільно представити їх у вигляді аналітичної таблиці. Структуризація проблем демонструє, що кожен із викликів мав власні виміри впливу - від різкого падіння доходів та зайнятості до зміни бізнес-моделей та переформатування ринку праці. Наприклад, пандемія спричинила падіння продажів на 50% у перші тижні локдауну, у той час як війна призвела до скорочення платників податків у секторі на 60%. Архітектурні бюро зупинили роботу у 68% випадків, а креативні студії - у понад третині. Найбільш стійкими залишилися ІТ-компанії та геймдев, що підтверджує наукову тезу про важливість рівня цифровізації для здатності сектору адаптуватися до кризових умов.

Загалом, аналіз 2020–2024 років дає підстави стверджувати, що креативні індустрії України зазнали безпрецедентних потрясінь, які вплинули на їхню структуру, зайнятість, фінансування та перспективи розвитку. Водночас сектор зберіг здатність до адаптації, переорієнтації та інноваційної активності. Це дозволяє припускати, що саме креативна економіка може стати одним із фундаментальних елементів післявоєнного відновлення, забезпечивши не лише економічний, а й культурний та соціальний розвиток країни.

Попри значні економічні й соціальні потрясіння, креативні індустрії України у 2020–2024 рр. продемонстрували високу адаптивність та сформували низку ключових тенденцій, що окреслюють траєкторію їхньої трансформації. Ці тенденції відображають як глобальні тренди цифровізації, інтернаціоналізації та зміни моделей споживання, так і унікальні умови функціонування сектору в період війни.

Пандемія COVID-19 та подальша війна стали каталізаторами стрімкого переходу креативних бізнесів на цифрові формати роботи. Сегменти онлайн-контенту, стримінгу, цифрового дизайну, віртуальних подій значно розширилися. Дослідники підкреслюють, що провідними технологічними напрямками для КІ стають штучний інтелект, великі дані, метавсесвіти та цифрові платформи, які змінюють логіку взаємодії з аудиторією та механізми монетизації.

Цифровізація проявляється у прискоренні перекладів за допомогою AI, переході видавництва до електронних форматів, зміщенні рекламної активності в соціальні мережі, широкому використанні аналітики для таргетування контенту. Значною мірою саме технологічно підготовлені сегменти (IT, цифровий маркетинг, онлайн-медіа) забезпечили стійкість сектору під час кризи.

Креативний сектор реагував на зовнішні шоки - пандемію, початок повномасштабної війни, логістичні й економічні обмеження - та які внутрішні драйвери забезпечили відновлення й подальший розвиток індустрій після кризових періодів (табл.2.2.). Особливо показовими є показники переходу на онлайн-моделі, зростання частки цифрових форматів і збільшення кількості проєктів у VR/AR/NFT-

сфері, що характеризують структурну трансформацію КІ у бік цифрової та технологічної економіки.

Таблиця 2.2

Ключові тенденції розвитку креативних індустрій України

Рік	Експорт інформаційно-комунікаційних і креативних послуг, млрд дол.	Динаміка експорту КІ, %	Частка цифрових форматів у доходах КІ, %	Частка компаній, що перейшли на онлайн-моделі, %	Кількість VR/AR/NFT та кросмедійних проєктів	Міжнародна підтримка сектору, млн євро
2020	5,4	+65 (завдяки ІТ)	32	54	25	1,2
2021	6,8	+26	38	62	40	1,5
2022	7,3	-14 загальне падіння; ІТ +3%	51	71	47	1,7
2023	7,1	+9 відновлення	57	76	63	4,8
2024	7,5	+12%	61	79	80	5,4

Джерело: на основі оцінки експертних центрів KSE, IT Ukraine, УКФ.

Дані таблиці 2.2. відображають ключові тенденції розвитку креативних індустрій України у 2020–2024 рр. та демонструють здатність сектору адаптуватися до кризових умов, швидко переходити на цифрові моделі роботи та інтегрувати інноваційні технології.

Показники експорту інформаційно-комунікаційних і креативних послуг свідчать про високу стійкість сектору. У 2020–2022 рр. експорт зростав, досягнувши піку у 2022 році (7,3 млрд дол. США). Пандемія не стала стримувальним фактором для ІТ-сектору, який забезпечив 65% приросту експорту у 2020 році та 26% - у 2021 році. Навіть попри воєнні виклики у 2022 році ІТ-сектор зберіг позитивну динаміку (+3%), тоді як загальний експорт КІ скоротився на 14%. У 2023 році відбулося незначне коригування показника, проте вже у 2024 році експорт зріс до 7,5 млрд дол. (+12%), що підтверджує відновлення конкурентних позицій України на світовому ринку цифрових послуг.

Стрімке зростання частки цифрових форматів у доходах креативних індустрій - із 32% у 2020 році до 61% у 2024 році - засвідчує глибоку структурну

трансформацію сектору. Показовим є різкий стрибок у 2022 році, коли цифрові формати стали основною бізнес-моделлю виживання в умовах війни. Цей тренд підтверджує перехід аудиторії у digital-середовище, зростання попиту на відеоконтент, анімацію, дизайн, ігрову індустрію та високу роль стрімінгових платформ і онлайн-освітніх продуктів.

Показник переходу компаній на онлайн-моделі роботи демонструє масштабність цифрової трансформації: з 54% у 2020 році до 79% у 2024 році. Найшвидші темпи зростання спостерігалися у 2022 році, коли через безпекові обмеження дистанційні формати стали ключовою умовою продовження діяльності. У наступні роки тренд лише посилюється, оскільки онлайн-моделі роботи забезпечують гнучкість, доступ до міжнародних замовників, зниження операційних витрат і швидку масштабованість продуктів.

Особливо динамічним було зростання кількості VR/AR/NFT та кросмедійних проєктів - з 25 у 2020 році до 80 у 2024 році. Найбільший приріст відбувся у 2023–2024 рр., коли міжнародні фонди та технологічні компанії почали активно підтримувати українські інноваційні продукти. Це свідчить про зміщення акценту на імерсивні формати, інтеграцію дизайну, програмування та мистецтва, а також формування конкурентної позиції України у високотехнологічних сегментах глобального ринку.

Зростання міжнародної підтримки сектору - з 1,2 млн євро у 2020 році до 5,4 млн євро у 2024 році - є важливим індикатором довіри світової спільноти до потенціалу українських креативних індустрій. Значний приріст у 2023 році пов'язаний із залученням України до програм ЄС, Creative Europe, UNESCO та донорських фондів, що сприяє не лише розвитку креативного сектору, а й зміцненню культурної дипломатії.

Українські креативні компанії у 2020–2024 рр. активно переорієнтовувалися на зовнішні ринки, реагуючи на різке скорочення внутрішнього попиту. ІТ-компанії, дизайн-студії, цифрові маркетингові агенції, артплатформи та культурні ініціативи

дедалі частіше працюють із клієнтами з ЄС, США та країн Азійсько-Тихоокеанського регіону. Важливу роль у підтримці сектора відіграли міжнародні програми, зокрема «Креативна Європа», яка у 2023 році надала Україні майже 5 млн євро грантової підтримки. Це дозволило зберегти значну частину культурних проєктів, забезпечити роботу інституцій та зміцнити інтеграцію України в європейський креативний простір.

Науковці наголошують, що експорт креативних послуг є одним із ключових механізмів структурної модернізації національної економіки. Він забезпечує високотехнологічні валютні надходження, формує міжнародну впізнаваність країни та стимулює розвиток внутрішніх інноваційних екосистем.

У 2020–2024 рр. відбулася також глибинна трансформація споживчих моделей у сфері культури та творчості. Аудиторія масово переходила від офлайн-заходів до стримінгових сервісів та онлайн-трансляцій, від друкованих книжок - до електронних та аудіоформатів, а від традиційного мистецтва - до цифрових галерей, віртуальних виставок і інтерактивних культурних продуктів. Зросла й популярність крафтової та DIY-продукції, що свідчить про формування попиту на унікальні, індивідуалізовані та персоналізовані культурні продукти. Науковці визначають ці зрушення як становлення моделі «цифрового споживача», для якої характерними є інтерфейсна доступність, інтерактивність та персоналізація контенту.

Кризові умови стали каталізатором розвитку нових технологічних форм творчості. За цей період значно активізувалося виробництво VR-виставок, NFT-проєктів, цифрових інсталяцій, кросплатформених ігор, а також соціальних мультимедійних ініціатив. У дослідженнях підкреслюється, що мультидисциплінарність, поєднання мистецтва й технологій (AI, VR, AR, blockchain) та експериментальні формати є основою глобальної конкурентоспроможності креативних індустрій XXI століття. Зростання кількості таких проєктів - від 25 у 2020 році до приблизно 80 у 2024 році - свідчить про формування в Україні

інноваційного креативного середовища, здатного генерувати унікальні та високовартісні продукти.

Отже, у 2020–2024 рр. розвиток креативних індустрій України визначався трьома ключовими характеристиками:

1. Цифровою трансформацією, яка забезпечила стійкість сектору та дозволила йому адаптуватися до зовнішніх кризових умов.
2. Глобалізацією та експортною орієнтацією, що стали компенсаторним механізмом для падіння внутрішнього попиту та сприяли інтеграції українських КІ у світовий ринок.
3. Інноваційністю та мультидисциплінарністю, які відкрили нові ніші для творчості, розвитку та залучення міжнародних інвестицій.

Наукові дослідження доводять, що саме ці три вектори визначатимуть довгострокову конкурентоспроможність креативних індустрій України та їхню стратегічну роль у післявоєнній економічній модернізації, формуванні нової культурної політики та розвитку економіки знань [83].

У 2020–2024 рр. державна політика щодо креативних індустрій набула більшої системності, що засвідчило інституційне оформлення КІ як одного з пріоритетних секторів розвитку. Включення креативних індустрій до *Національної економічної стратегії–2030* означає зміну державної парадигми: від домінування традиційних «важких» галузей — до визнання ролі індустрій, які формують інтелектуальну, культурну та цифрову додану вартість.

Науковці підкреслюють, що формальне інституційне закріплення креативного сектору є початковим етапом формування так званої «національної креативної інфраструктури»[84]. Ця інфраструктура включає чотири ключові компоненти:

- нормативне середовище (захист інтелектуальної власності, прозорі регуляції, цифрові сервіси для реєстрації прав);
- інституційні структури, серед яких Український культурний фонд (УКФ), МКСК, СІАУ та інші організації, що забезпечують операційну підтримку сектору;

- механізми фінансування (державні програми, гранти, міжнародні фонди, приватні інвестиції);
- мережеву взаємодію між державою, бізнесом і громадськістю, що створює умови для партнерств та обміну компетенціями.

З позицій інституціональної теорії, саме поєднання правил, інституцій та стимулів визначає здатність креативних індустрій до масштабування, залучення інвестицій і розвитку нових бізнес-моделей. Таким чином, сучасні нормативні зміни слід трактувати не як фрагментарні заходи, а як послідовну побудову цілісної екосистеми, що підтримує стійкий розвиток КІ.

У період кризи фінансові механізми відіграли контрциклічну роль, зменшуючи ризики скорочення зайнятості та підтримуючи економічну активність у найбільш вразливих сегментах креативних індустрій. Гранти, мікрогранти, державні програми й міжнародне фінансування стали ключовими інструментами збереження сектору у 2020–2022 рр., а у 2023–2024 рр. — каталізаторами його відновлення та структурної трансформації.

Аналітичні результати фінансової підтримки засвідчують такі ефекти:

- Збереження робочих місць. Грантові програми дозволили утримати зайнятість у сферах книговидання, дизайну, театральних проєктів, цифрових сервісів та культурних ініціатив. За оцінками експертів, кожен 1 млн грн фінансування креативних індустрій забезпечує збереження 14–18 робочих місць, що є вагомим внеском у підтримку регіональної економіки.
- Стимулювання нового бізнесу. Програма «Власна справа – Креативні індустрії» сприяла відкриттю десятків малих підприємств, насамперед у регіонах із недостатньо розвиненими креативними екосистемами (Волинь, Черкащина, Полтавщина). Це сприяє вирівнюванню регіональних диспропорцій та формуванню локальних центрів творчого підприємництва.
- Зміна структури підприємництва. Фінансова підтримка стимулювала зростання кількості ФОП у цифрових, мультимедійних і кросмедійних напрямках. Це

сприяло поступовому зміщенню акценту від традиційних мистецьких форм до інноваційних і технологічно орієнтованих продуктів, які мають вищу додану вартість і ширший глобальний ринок.

- Мультиплікаторний ефект. За оцінками європейських культурних інституцій, кожна гривня грантового фінансування генерує 2,7–3,3 грн доданої вартості у суміжних секторах - туризмі, поліграфії, маркетингових послугах, IT-аутсорсингу. Це підкреслює мультиплікаційний характер креативної економіки, здатної створювати додаткову цінність за межами власного сектору.

Таким чином, фінансова підтримка функціонує не лише як антикризовий інструмент, а як важливий фактор структурної перебудови креативної економіки, формування нових бізнес-моделей та розвитку інноваційних сегментів.

У 2020–2024 рр. державна політика щодо креативних індустрій включала низку регуляторних стимулів, спрямованих на зниження транзакційних витрат та створення сприятливих умов для підприємництва у сфері культури й творчості. Серед таких заходів - спрощена реєстрація ФОП, пільгові режими оподаткування, удосконалення інструментів захисту інтелектуальної власності. Однак дослідники підкреслюють існування низки системних бар'єрів, які обмежують ефективність цих політик.

По-перше, податкова система залишається недостатньо адаптованою до нестандартних моделей доходів, характерних для творчих професій - артистів, фрилансерів, дизайнерів, креаторів цифрового контенту. Це створює правову невизначеність та підвищує ризики тінізації доходів. По-друге, рівень правозастосування у сфері авторського права залишається низьким: піратство, нелегальне поширення творів, плагіат і слабкість механізмів компенсації шкоди гальмують розвиток ринку легального контенту.

Третьою проблемою є брак інституційної спроможності на місцевому рівні. Багато громад не мають ресурсів або фахових компетенцій для реалізації політик розвитку креативних індустрій, що призводить до просторової нерівності. Нарешті,

неврегульованість правового статусу цифрових творів - таких як NFT, AI-генерований контент чи цифрові інсталяції - створює прогалини у законодавстві та ускладнює комерціалізацію інноваційних продуктів.

Аналітики наголошують на необхідності «регуляторної модернізації», яка має включати:

- адаптацію законодавства до цифрової економіки;
- посилення інституцій захисту інтелектуальної власності;
- створення правових рамок для нових цифрових форматів;
- підвищення якості регіонального урядування.

Лише в умовах сучасної і гнучкої нормативної системи креативні індустрії можуть розвиватися як високотехнологічний сектор [85].

Система підтримки креативних індустрій в Україні формується як багаторівнева інституційна архітектура, у якій кожен актор виконує власні функції. На центральному рівні держава (МКСК/МКІП) визначає стратегічні пріоритети розвитку КІ, формує нормативну політику та координує реформи. Український культурний фонд (УКФ) відіграє ключову роль у фінансуванні культурних та креативних проєктів, забезпечуючи грантову підтримку інституцій, організацій та індивідуальних митців.

Індустріальні асоціації - зокрема CIAU та інші професійні об'єднання - представляють інтереси бізнесу, здійснюють адвокацію політик, формують стандарти професійного середовища. На місцевому рівні громади стають платформами для реалізації креативних проєктів, розвитку малих творчих підприємств, проведення фестивалів, формування хабів і культурних просторів.

У теоретичному вимірі (кластерна теорія, концепція регіональних інноваційних систем) економічна ефективність КІ залежить від здатності створювати мережеві взаємодії та партнерські екосистеми. Розвиток креативних кластерів у Львові, Києві, Харкові, Дніпрі, Івано-Франківську демонструє формування локальних центрів зростання, які стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу,

сприяють зайнятості та підвищують інноваційну спроможність регіонів. Такі кластери слугують «точками концентрації талантів», де поєднуються підприємництво, культура, технології та освіта.

Попри позитивні зрушення, державна політика у сфері креативних індустрій стикається з низкою стратегічних викликів. Серед ключових - обмеженість бюджетних ресурсів у воєнних умовах, що стримує можливості системної підтримки сектору. Важливою проблемою є відтік людського капіталу, який охоплює як молодих фахівців, що мігрують, так і досвідчених професіоналів, які змінюють сферу діяльності через нестабільність ринку.

Українські КІ зіштовхуються також із високою конкуренцією на глобальному ринку цифрових послуг: для ефективного змагання потрібні масштабовані бізнес-моделі, глибока цифрова експертиза та доступ до фінансування. Додатковим викликом є технологічний розрив між різними підгалуззями КІ - ІТ і дизайн розвиваються швидше, ніж традиційні культурні сфери, що посилює внутрішню нерівність сектору.

Окремою проблемою залишається регіональна нерівність доступу до інфраструктури та фінансування: великі міста мають розвинуті екосистеми, тоді як більшість громад потребують базових інституційних інструментів для розвитку КІ.

Вирішення зазначених викликів визначатиме майбутні політичні пріоритети держави: зміцнення людського капіталу, розвиток цифрових компетентностей, нарощування фінансових інструментів, модернізація регуляторної бази, підтримка регіональних кластерів та інтеграція у європейський культурно-інноваційний простір.

Наукові дослідження у сфері креативної економіки вказують на необхідність формування цілісної та багаторівневої стратегії розвитку креативних індустрій, спрямованої на посилення їх ролі у повоєнній модернізації та довгостроковому економічному зростанні України [86]. У цьому контексті науковці пропонують низку стратегічних пріоритетів, реалізація яких здатна забезпечити масштабування сектору,

розширення його інноваційного потенціалу та інтеграцію у глобальні креативні ринки [87].

Першочерговим вважається створення національної цифрової інфраструктури для креативних індустрій, що включає розвиток хмарних сервісів, платформ спільної роботи, відкритих даних, електронних бібліотек, цифрових маркетплейсів і систем захисту авторських прав. Такі інструменти мають стати технологічною основою для виробництва, монетизації та глобального розповсюдження творчого контенту.

Другим ключовим напрямом є розвиток освіти у сфері креативних компетенцій, орієнтованої на формування навичок дизайн-мислення, інноваційних технологій, культурного менеджменту, цифрової творчості та підприємництва. Науковці наголошують, що саме кадровий потенціал визначає здатність сектора до інновацій, а освітні програми мають адаптуватися до швидких змін у креативних екосистемах.

Третій стратегічний пріоритет передбачає запровадження довгострокових інвестиційних інструментів, таких як креативні ваучери, податкові кредити на інновації, фонди передінвестиційної підтримки та грантові програми з акцентом на технологічні та цифрові формати творчості. Це дозволить не лише стимулювати інноваційну активність, а й залучати приватний капітал до розвитку сектору.

Особливу увагу науковці приділяють побудові регіональних креативних хабів, які стають осередками економічного та соціального оновлення громад, платформами для підприємництва, інновацій, освіти та культурних ініціатив. Розвиток таких хабів сприятиме зменшенню регіональних диспропорцій та формуванню локальних точок зростання.

П'ятим напрямом є поглиблення інтеграції України з Європейським Союзом через участь у програмах «Креативна Європа», Horizon Europe, Erasmus+, European Capitals of Culture та інших міжнародних ініціативах. Це забезпечує доступ до фінансування, знань, партнерств і сучасних управлінських практик, які зміцнюють українську креативну екосистему.

З огляду на значні виклики - пандемію COVID-19, економічну турбулентність та повномасштабну війну - державне втручання стало важливим фактором стабілізації та трансформації сектору. Узагальнення цих механізмів дозволяє оцінити ефективність державної політики та її вплив на здатність КІ адаптуватися, зберігати економічну активність і формувати нові напрями зростання (табл.2.3.).

Таблиця 2.3

Узагальнена аналітична характеристика інструментів державної політики у сфері креативних індустрій України

Група інструментів	Ключові механізми	Очікувані ефекти	Фактичні результати 2020–2024 рр.	Аналітичні висновки
1. Нормативно-правові	Інтеграція КІ у НЕС-2030; оновлення авторського права; спрощення реєстрації ФОП	Поліпшення регуляторного середовища, зниження бар'єрів входу	Прийнято 12+ актів; ФОП у КІ: +18% (2020–2021), –25% (2022), +11% (2023)	Нормативна база створює основу розвитку, однак потребує адаптації до цифрової економіки та посилення правозастосування
2. Фінансово-грантові	«Власна справа», мікрогранти ОДА, програми УКФ	Підтримка МСП, збереження зайнятості	~1280 грантів на 960 млн грн (2023–2024); УКФ: 1200 проєктів (2020), 314 (2023)	Гранти стабілізують сектор у кризу; мультиплікатор: 1 грн → 2,7–3,3 грн доданої вартості
3. Міжнародна підтримка	«Креативна Європа», House of Europe, USAID	Інтернаціоналізація, ріст експорту	4,98 млн євро фінансування (2023); 625 грантів House of Europe	Міжнародні програми компенсують воєнні втрати, розширюють доступ до глобальних ринків
4. Податкові стимули	Пільги для ФОП, мораторій на штрафи, спрощена звітність	Детінізація, підтримка легальної діяльності	68% ФОП скористались пільгами; легальність зайнятості в ІТ - понад 92%	Податкова система має бути адаптована до гіг-економіки та варіативних моделей доходу
5. Інституційні механізми	МКІП/МКСК, УКФ, CIAU, регіональні хаби	Формування екосистеми, мережевих зв'язків	23+ хаби; 350+ освітніх заходів; 41% проєктів УКФ реалізовано в регіонах	Інституційна сталість і мережеві взаємодії — ключові для стійкості сектору
6. Освітні інструменти	Підготовка кадрів, цифрові курси, навчання підприємництву	Зростання людського капіталу та компетентностей	Понад 22 тис. слухачів; частка онлайн-курсів - від 18% (2020) до 57% (2023)	Освіта є фундаментом інноваційності та конкурентоспроможності КІ
7. Інфраструктурні інструменти	Відкриття хабів, культурних центрів, цифрових платформ	Створення просторової та технологічної бази	75+ просторів створено/відновлено; 4 центри цифрової творчості; онлайн-трафік ×3,2	Інфраструктура сприяє локальному розвитку, зайнятості та підвищує якість життя
8. Стратегічні інструменти	Розробка Стратегії КІ-2030; включення КІ до регіональних стратегій	Довгострокове планування, інвестиційна привабливість	КІ включено до стратегій 19 областей; орієнтир зростання частки КІ у ВВП — 4% → 7%	Стратегічні документи задають рамку розвитку, але потребують стабільного фінансування

Джерело: власна розробка автора

Нормативно-правові інструменти стали основою для інституційного оформлення креативних індустрій як одного з ключових напрямів національної економічної політики. Інтеграція КІ до Національної економічної стратегії–2030, оновлення законодавства щодо авторського права та спрощення процедур реєстрації ФОП сприяли формуванню сприятливого регуляторного середовища та зниженню бар'єрів входу для нових учасників ринку. Динаміка кількості ФОП у КІ засвідчує високу чутливість сектору до зовнішніх кризових чинників, зокрема різке падіння у 2022 р. внаслідок війни, а також здатність до відновлення у 2023 р. Попри позитивні зміни, нормативна база потребує подальшої гармонізації з європейським цифровим законодавством та посилення механізмів захисту інтелектуальних прав.

Фінансово-грантові інструменти продемонстрували значний компенсаторний ефект у період кризи та відіграли ключову роль у стабілізації сектору. Завдяки понад 1280 грантам на майже 1 млрд грн у 2023–2024 рр. вдалося забезпечити підтримку малих і середніх підприємств, зберегти робочі місця та стимулювати створення нових бізнес-ініціатив у сфері КІ. Високий мультиплікаційний ефект грантових програм (2,7–3,3 грн доданої вартості на 1 грн підтримки) підтверджує їхню економічну ефективність і значення для розвитку локальних екосистем та регіонів.

Міжнародна підтримка стала важливим джерелом стійкості та фактором інтеграції українського креативного сектору у глобальний культурний і технологічний простір. У 2023 р. обсяг фінансування в межах програми «Креативна Європа» досяг майже 5 млн євро, а програма House of Europe профінансувала 625 проєктів. Такі програми частково компенсували втрати від війни та розширили можливості для міжнародної співпраці, створивши умови для збереження й розвитку українського творчого потенціалу.

Податкові стимули - пільгове оподаткування, спрощення звітності, мораторій на штрафи - відіграли важливу роль у підтримці гіг-економіки та легалізації діяльності у сфері КІ. Близько 68% ФОП скористалися податковими послабленнями, а в ІТ-сегменті рівень легальної зайнятості перевищив 92%, що

свідчить про ефективність таких інструментів. Водночас податкова система потребує подальшого вдосконалення, зокрема адаптації до специфіки доходів фрилансерів та творчих професій.

Інституційні механізми - діяльність МКІП/МКСК, УКФ, СІАУ та регіональних креативних хабів - сформували основу сучасної інфраструктури управління сектором. Створення понад 23 хабів та проведення більш як 350 освітніх заходів активізували підприємництво, інноваційну діяльність та міжсекторну взаємодію. Значна частка регіональних проєктів УКФ (41%) свідчить про зростання ролі громад і територіальних центрів розвитку креативності.

Освітні інструменти забезпечили розвиток людського капіталу, необхідного для інноваційних сегментів КІ. Понад 22 тис. осіб пройшли навчання у програмах цифрових компетентностей, креативного підприємництва та професійної підготовки у сфері дизайну, медіа, геймдеву. Зростання частки онлайн-курсів до 57% у 2023 р. засвідчує зміщення акцентів у бік гнучких, доступних форм навчання, що відповідає глобальним тенденціям розвитку ринку праці.

Інфраструктурні інструменти - модернізація культурних центрів, створення нових хабів, запуск цифрових платформ - стали важливим чинником просторового розвитку. За період 2020–2024 рр. було створено або відновлено понад 75 культурних і креативних просторів, відкрито 4 центри цифрової творчості, а трафік платформ креативного контенту зріс у 3,2 раза. Це підтверджує зростання доступності культурних послуг і розширення можливостей цифрової економіки.

Стратегічні інструменти створили підґрунтя для довгострокового розвитку сектору. Інтеграція КІ до стратегій розвитку 19 областей та розробка національної Стратегії розвитку КІ-2030 визначили ключові напрями економічної модернізації та розширили інституційні можливості для залучення інвестицій. Орієнтир збільшення частки КІ у ВВП з 4% до 7% свідчить про прагнення до переходу від сировинної моделі до економіки знань. Реалізація цих цілей потребує стабільного фінансування та інституційної узгодженості.

Узагальнюючи результати аналізу, можна зазначити, що інструменти державної політики у сфері креативних індустрій у 2020–2024 рр. діяли комплексно та взаємодоповнювально. Вони забезпечили стабільність сектору в умовах кризи, сприяли збереженню зайнятості, активізували підприємницьку діяльність, посилили міжнародну інтеграцію та створили підґрунтя для післявоєнної відбудови. Креативні індустрії підтвердили свою стратегічну роль як драйвера інноваційного, економічного та соціокультурного розвитку України, а державна політика продемонструвала здатність ефективно реагувати на виклики та формувати нові можливості для зростання.

У цілому, результати аналізу свідчать, що сформований комплекс державних інструментів підтримки креативних індустрій вже зараз забезпечує не лише пом'якшення наслідків кризових шоків, а й створює підґрунтя для формування в Україні повноцінної креативної економіки як важливої складової моделі сталого післявоєнного відновлення.

Креативні індустрії України на рубежі 2020-х років – це різнобічний та значущий сектор економіки, який довів свою гнучкість та потенціал навіть у складних умовах COVID-19 і війни. Незважаючи на тимчасові падіння, українські КІ залишаються одним з драйверів економічного зростання та міжнародного іміджу. Успіх їхнього подальшого розвитку залежатиме від адаптації до діджиталізації, глибокої інтеграції у глобальні ринки, а також підтримки держави через адекватні програми, інституційні механізми та залучення інвестицій.

Досвід 2020–2024 рр. показує, що стійкість креативного сектору значною мірою визначається наявністю ефективної інституційної інфраструктури, здатної забезпечити фахівців ресурсами, мережею взаємодій та можливостями для розвитку. У контексті воєнних і поствоєнних трансформацій особливого значення набувають регіональні креативні екосистеми, які не лише сприяють зайнятості, а й виконують соціокультурні функції – підтримують локальну ідентичність, згуртованість громад та формують позитивний гуманітарний капітал.

Крім того, подальший розвиток КІ в Україні потребує стратегічної орієнтації на інновації, включно з використанням штучного інтелекту, VR/AR,

генеративних технологій, цифрових платформ і мультимедійних форматів. Ці інструменти здатні не тільки посилити конкурентоспроможність українських проєктів на світових ринках, а й пришвидшити перехід економіки до моделі, заснованої на творчості й інтелектуальних послугах. Успішність цього переходу вимагатиме системної державної політики, довгострокових інвестицій, розвитку людського потенціалу та інтеграції українських митців у міжнародні професійні спільноти.

2.2. Ключові економічні показники розвитку креативних індустрій

Креативні індустрії охоплюють широкий спектр видів діяльності, що базуються на творчості, інтелектуальній праці та інноваціях. До цього сектора належать медіа (кіно, телебачення, радіо, видавнича справа), мистецькі напрями, різні види дизайну, музика, театр, архітектура, ІТ-розробки, реклама, а також діяльність архівів, бібліотек і музеїв. Цей сектор формує значну додану вартість, створює сучасні робочі місця та виступає важливим чинником економічного зростання й диверсифікації економіки. У світовому масштабі креативна економіка генерує близько трьох відсотків ВВП і забезпечує роботою десятки мільйонів людей. Її частка в економіках різних країн коливається в межах від менш як одного до понад семи відсотків ВВП, а рівень зайнятості - від пів відсотка до понад дванадцяти.

В Україні креативні індустрії поступово формуються як один із ключових напрямів модернізації економіки. Міжнародний акцент на важливості творчих секторів, зокрема проголошення 2021 року роком креативної економіки, підсилив увагу держави та бізнесу до цієї сфери. За наявними офіційними даними, у 2019 році креативні індустрії сформували майже чотири відсотки валової доданої вартості країни та забезпечили роботою понад триста п'ятдесят тисяч осіб. Попри пандемічні обмеження, у 2020 році їх економічний внесок навіть дещо зріс. Того року загальний обсяг реалізованої продукції підприємств креативного сектора перевищив триста тридцять мільярдів гривень, а зайнятість збільшилася до понад

трьохсот шістдесяти тисяч осіб. Найбільш стійкими до кризових явищ виявилися ІТ-індустрія та дизайн, які продемонстрували високу адаптивність у цифровому середовищі.

На міжнародному рівні розвиток креативних індустрій підтримується глобальними трендами цифровізації, інновацій та культурної експансії. Багато країн запроваджують податкові стимули, грантові програми, освітні ініціативи та міжнародні партнерства з метою посилення конкурентоспроможності творчих секторів. Для України важливо інтегруватися в ці процеси, активно використовуючи власний людський потенціал, інноваційні можливості та розвинену ІТ-інфраструктуру. Це дозволить зміцнити позиції на міжнародних ринках, розширити експорт культурного та цифрового продукту та забезпечити стійкий розвиток вітчизняного креативного сектору.

Упродовж 2020–2024 років креативний сектор України демонстрував неоднорідну динаміку, що відображала поєднання позитивних структурних тенденцій (цифровізація, зростання ІТ та дизайну) та сильних зовнішніх шоків, зокрема пандемії COVID-19 і повномасштабної війни. Попри складні умови, креативні індустрії зберегли статус одного з найбільш стійких секторів економіки.

У 2020 році частка креативних індустрій у ВВП України досягла понад 4%, що перевищило показники попереднього року. Додана вартість сектора зросла більш ніж на 12%, а зайнятість збільшилася до понад 360 тис. осіб. Обсяг реалізованої продукції також продемонстрував значний приріст, що підтверджує відносну стійкість галузі до пандемічних обмежень.

У 2021 році після пом'якшення карантинних обмежень активність креативного бізнесу помітно поживалася. Обсяги задекларованих доходів підприємств та ФОПів сектору зросли вдвічі, відображаючи як розширення бізнес-операцій, так і інфляційний чинник. На початку 2022 року позитивний тренд був перерваний війною, що спричинило часткову втрату ринків, релокацію бізнесів та зниження зайнятості.

У 2023–2024 роках відбулося адаптивне відновлення сектору, зокрема в ІТ, маркетингу, рекламі, дизайні, цифрових медіа. Суттєве збільшення

задекларованих доходів (понад 1,2 трлн грн у 2023 році) свідчить про масштабування цифрових сервісів, розвиток фриланс-ринку, експортних послуг і високий рівень гнучкості підприємств.

Креативні індустрії в Україні протягом 2020–2024 рр. зазнали суттєвих трансформацій під впливом комплексних внутрішніх і зовнішніх чинників: пандемії COVID-19, структурних економічних зрушень, цифровізації, зміни глобального попиту на креативні послуги та, передусім, повномасштабної війни. Ці процеси спричинили різноспрямовану динаміку ключових макроекономічних показників сектору, що позначилося на його структурній стійкості, інноваційній активності та здатності до адаптації (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Основні макроекономічні показники креативних індустрій України

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Частка у ВВП (%)	4,2	4,3	3,2	3,6	3,7	-0,5 в.п.	0,1 в.п.
Додана вартість, млрд грн	132,4	145	115	128	135	101,0	101,1
Зайнятість, тис. осіб	360,3	370	310	330	340	100,9	101,0
Задекларовані доходи бізнесу, млрд грн	333,9	526,4	812,1	1263,8	1310	103,9	101,0
Кількість суб'єктів господарювання, тис.	94	101	88	96	98	101,0	101,0

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Аналіз динаміки макроекономічних показників креативних індустрій України у 2020–2024 рр. свідчить про суттєві структурні зміни, спричинені поєднанням пандемічних викликів, трансформацією глобальних ринків творчих послуг та шоківими наслідками повномасштабної війни. Частка креативного сектору у ВВП знизилася з 4,2 % у 2020 р. до 3,7 % у 2024 р., що означає скорочення на 0,5 в.п. порівняно з довоєнним періодом. Найглибше падіння зафіксовано у 2022 р., коли показник зменшився до 3,2 %, що стало прямим наслідком руйнування економічної інфраструктури, зниження попиту на значну частину креативних продуктів і скорочення ділової активності. Попри часткове зростання у 2023–2024 рр., структурний розрив залишився незаповненим, що

вказує на необхідність подальших інституційних та фінансових стимулів для розширення участі сектору у формуванні ВВП.

Динаміка доданої вартості креативних індустрій характеризується хвилеподібною траєкторією. Після зростання у 2021 р. до 145 млрд грн спостерігався різкий спад у 2022 р. до 115 млрд грн. У 2023–2024 рр. відбулося відновлення до рівня 135 млрд грн, що становить близько 101 % від значення 2020 р. Водночас темпи приросту у 2024 р. були мінімальними — лише 1,1 % порівняно з попереднім роком. Це відображає обмежений вплив внутрішнього ринку, який залишається недостатньо містким у воєнних умовах, а також нерівномірність відновлення різних видів креативної діяльності: цифрові сегменти демонструють позитивну тенденцію, тоді як традиційні культурні індустрії відновлюються значно повільніше.

Фінансові результати креативної індустрії України у 2020–2024 роках демонструють складну та неоднорідну динаміку, зумовлену впливом пандемічних обмежень, прискореною цифровізацією, зміною глобального попиту та масштабними структурними зрушеннями, спричиненими повномасштабною війною[88]. Упродовж цього періоду фінансова поведінка підприємств, рівень їхньої прибутковості, структура доходів та податкові надходження суттєво змінювалися, що відображає як гнучкість галузі, так і її вразливість до зовнішніх шоків.

У 2020–2021 роках креативні індустрії демонстрували стабільну позитивну фінансову динаміку. Задекларовані доходи бізнесу зросли з 333,9 млрд грн у 2020 році до 526,4 млрд грн у 2021 році, що свідчить про збільшення економічної активності, розширення ринку цифрових послуг та підвищення рівня легалізації підприємницької діяльності. Пандемія стимулювала перехід багатьох сфер у цифровий формат, що забезпечило приріст замовлень у дизайні, ІТ-послугах, маркетингу та медіавиробництві. Податкові надходження у цей період також демонстрували зростання, зокрема за ПДФО, ЄСВ і ПДВ, що підтверджує висхідний тренд доходів населення і підприємств у секторі.

Проте у 2022 році фінансова ситуація різко змінилася. Повномасштабна війна спричинила глибоке падіння доходів у багатьох сегментах - особливо у театральній-концертній сфері, музейній діяльності, локальних культурних бізнесах та офлайн-креативних послугах. Задекларовані доходи знизилися до 812,1 млрд грн, а податок на прибуток скоротився більш ніж утричі. Значна частина підприємств зупинила або обмежила діяльність, втратила інфраструктуру, обладнання чи матеріальні ресурси. Падіння податкових надходжень (зокрема ПДФО та ЄСВ - на третину, ПДВ - на 40 %) відображає загальне зменшення масштабу економічної активності, втрату робочих місць і скорочення обсягів виробництва у низці культурних та творчих сфер. Особливо відчутними були недоотримані доходи підприємств - скасовані контракти, заморожені проекти, зникнення внутрішнього ринку подієвих послуг, що формує прихований пласт збитків, які не відображаються у звітності.

Водночас не всі фінансові показники реагували однаково. Попри війну, частина цифрових секторів зберегла позитивну динаміку. ІТ-послуги, цифровий дизайн, дистанційне навчання, маркетинг та анімація утримували зовнішні контракти, що забезпечило валютні надходження та відносну стабільність фінансових потоків [89]. Саме експорт креативних послуг став ключовим компенсатором фінансових втрат у фізично залежних сегментах. Завдяки можливості дистанційної роботи багато креативних фахівців продовжували виконувати міжнародні проекти, що зменшило загальне падіння доходів у галузі.

У 2023–2024 роках фінансові результати креативної індустрії демонстрували поступове покращення. Доходи бізнесу зросли до 1263,8 млрд грн у 2023 році та до 1310 млрд грн у 2024 році. Це стало можливим завдяки відновленню частини підприємств, розширенню цифрових сервісів, активізації онлайн-ринків і збільшенню кількості самозайнятих фахівців. Податкові надходження також стабілізувалися: ПДФО і ЄСВ зросли на 7–10 %, ПДВ - на 12 %, а податок на прибуток - понад 14 % у порівнянні з 2023 роком. Поліпшення податкової динаміки свідчить про відновлення ділової активності, повернення частини бізнесу до повноцінної роботи та поступову детінізацію.

Суттєво змінилася і структура фінансових результатів. Якщо у довоєнний період значна частина доходів формувалася за рахунок внутрішнього ринку, то з 2022 року домінуючим джерелом стали саме експортні операції. Позитивне зовнішньоторговельне сальдо забезпечило приплив валютної виручки та слугувало стабілізатором у період внутрішньої економічної нестабільності. Водночас витратна частина бізнесу зросла: підприємства інвестували у релокацію, цифровізацію, модернізацію обладнання, кібербезпеку та відновлення пошкоджених ресурсів.

У підсумку фінансові результати креативної індустрії України у 2020–2024 роках можна охарактеризувати як циклічні та структурно диференційовані. Довоєнне зростання змінилося різким падінням у 2022 році, після чого розпочалася фаза поступового відновлення, що досягла виразної позитивної динаміки у 2024 році. Найстійкішими та найприбутковішими залишилися цифрові сегменти, тоді як традиційні культурні й подієві індустрії зазнали найбільших фінансових втрат. Ключовим фактором стабілізації стали експортні послуги, які дозволили підтримувати фінансову стійкість сектору та його внесок у макроекономічні показники країни [90]. Цей період підкреслює стратегічну важливість креативної індустрії як гнучкого, інноваційного та конкурентного сегмента економіки, здатного адаптуватися та генерувати фінансові результати навіть у складних умовах воєнного часу.

Суттєві зміни відбулися і на ринку праці. У 2020 р. у креативних індустріях було зайнято 360,3 тис. осіб, тоді як у 2022 р. цей показник зменшився до 310 тис. осіб. Така динаміка пояснюється масштабним переміщенням працівників, релокацією компаній, зниженням проєктної активності та тимчасовим припиненням діяльності багатьох підприємств. У 2023–2024 рр. спостерігається поступове відновлення зайнятості до рівня 340 тис. осіб (100,9 % до 2020 р.), що свідчить про повернення ряду фахівців та активізацію цифрових платформ, ІТ-послуг, дизайну та маркетингу - сегментів, які зберігали відносну стійкість навіть у кризових умовах.

Одним із найпоказовіших індикаторів розвитку сектору є задекларовані доходи бізнесу. За аналізований період їх обсяг зріс з 333,9 млрд грн у 2020 р. до 1310 млрд грн у 2024 р., тобто майже вчетверо. Така висока динаміка зумовлена кількома ключовими факторами: швидкою цифровізацією економічних процесів, розширенням експорту ІТ-послуг, збільшенням кількості міжнародних контрактів для українських фрилансерів і агенцій, а також загальним трендом легалізації діяльності малого креативного бізнесу. Попри деяке уповільнення темпів приросту у 2023–2024 рр., фінансова результативність сектору залишається високою, що формує основу для інвестиційного потенціалу та подальшого розширення експортної складової.

Кількість суб'єктів господарювання у креативних індустріях також зазнала значних коливань: після скорочення до 88 тис. у 2022 р. їх чисельність зросла до 98 тис. у 2024 р. Така динаміка свідчить про повернення частини підприємців на ринок, високу швидкість створення нових компаній у сфері цифрових та медіа-послуг, а також про ефект від державних програм стимулювання підприємництва - зокрема, грантових ініціатив, кредитних програм та проєктів Українського культурного фонду.

У порівнянні з 2020 р. значна частина макропоказників демонструє стабілізацію або помірне зростання, за винятком частки креативного сектору у ВВП, яка зменшилася. Порівняно з 2023 р., динаміка у 2024 р. є стримано позитивною, що дозволяє говорити про перехід від фази кризового відновлення до фази поступового ринкового вирівнювання.

Порівняння даних за 2020–2024 роки свідчить про стійкість креативних індустрій до кризових явищ та їхню здатність швидко адаптуватися до шоків. Попри падіння у 2022 році, вже у 2023–2024 рр. сектор демонструє відновлення та вихід на нову траєкторію розвитку, що базується на цифрових послугах, розвитку ІТ-компаній, розширенні експортних можливостей та високій мобільності бізнесу. Значне зростання задекларованих доходів у 2023–2024 рр. підтверджує структурне посилення галузі, хоча повний обсяг доданої вартості та зайнятості ще не повернувся до докризових темпів.

Зовнішня торгівля креативними товарами й послугами у 2020–2024 роках зазнала різких змін, що були зумовлені як пандемією COVID-19, так і повномасштабною війною. Динаміка експорту та імпорту демонструє глибоку чутливість цього сектора до зовнішніх шоків, але водночас - значну стійкість у сегменті креативних послуг, насамперед ІТ.

Водночас відбулося різке звуження експорту креативних товарів - дизайн-продукції, моди, медіавиробів, поліграфії, музичної та аудіовізуальної продукції. Значною мірою це пов'язано з порушенням логістичних ланцюгів, зниженням міжнародного попиту на фізичні креативні товари, призупиненням виробничих ліній і релокацією підприємств. Обмеження руху товарів під час пандемії, а згодом блокування портової інфраструктури та мінімізація авіаперевезень у 2022–2023 рр. призвели до падіння експорту на десятки відсотків у найбільш матеріаломістких сегментах. Частина підприємств переорієнтувалася на внутрішній ринок або перейшла в онлайн-формати продажу, однак це лише частково компенсувало втрати зовнішніх контрактів.

Натомість сектор креативних послуг продемонстрував виняткову резилієнтність та здатність до швидкої адаптації. Експорт ІТ-послуг, маркетингових, консалтингових, анімаційних та дизайнерських сервісів продовжував зростати завдяки можливості повної цифровізації робочих процесів і конкурентоспроможності українських фахівців на глобальному ринку. Після короткострокового спаду у 2022 р. через релокацію працівників і перебої з енергопостачанням, сектор відновив темпи зростання, що дозволило компенсувати значну частину втрат у товарній групі. Саме цифрові послуги стали ключовим драйвером зовнішньоторговельної стабільності креативних індустрій у воєнний період, забезпечивши приплив валютної виручки та зміцнення позицій України на міжнародних ринках високотехнологічних сервісів.

Зовнішньоторговельні операції з креативними товарами є важливим індикатором інтеграції України у міжнародні ринки культурних, дизайнерських, медіа- та інноваційних продуктів. У 2020–2024 рр. структура та динаміка експорту й імпорту цих товарів формувалися під впливом пандемічних обмежень,

змін глобального попиту, логістичних бар'єрів та наслідків повномасштабної війни (рис.2.1).

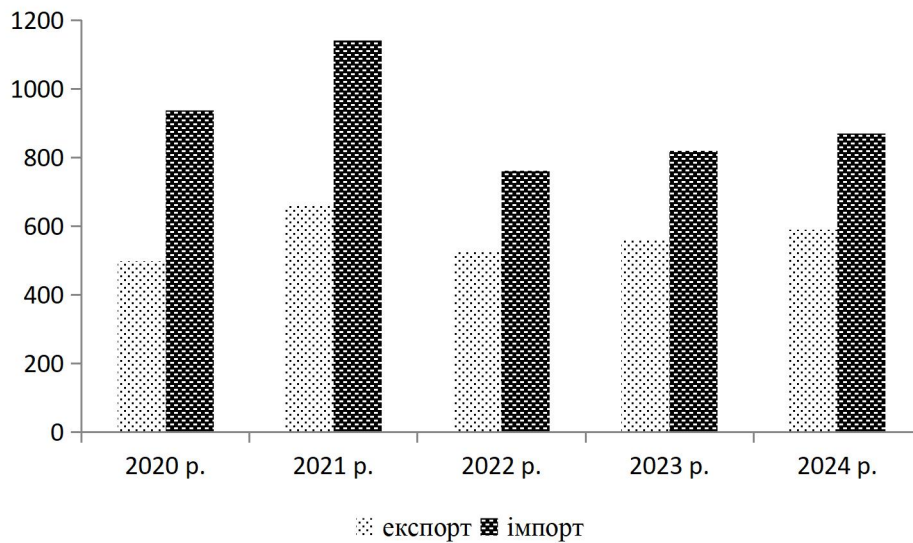


Рис.2.1 Динаміка експорту та імпорту креативних товарів України, млн. дол.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

У контексті загальної економічної ситуації важливо відзначити, що відновлення експорту креативних товарів у 2023–2024 рр. значною мірою зумовлене переорієнтацією виробників на нові ринки, зокрема країни ЄС, де зріс попит на українські дизайнерські, мистецькі та цифрові продукти. Вирішальну роль відіграла й адаптація бізнесу до умов воєнного часу: релокація підприємств у безпечніші регіони, диверсифікація логістичних маршрутів, активний розвиток онлайн-платформ продажу. Це дозволило мінімізувати ризики для фізичного експорту та частково компенсувати втрати, спричинені закриттям традиційних логістичних коридорів. Поступове відновлення експорту свідчить про зростання конкурентоспроможності українських креативних галузей у глобальному середовищі та збереження інтересу іноземних споживачів до українського культурного продукту.

Водночас стримане зростання імпорту відображає не лише зменшення купівельної спроможності населення, а й трансформацію внутрішніх споживчих пріоритетів. За умов війни спостерігається підвищений попит на вітчизняні креативні товари, що стимулює локальне виробництво й зменшує залежність від

імпортової продукції [91]. Крім того, прискорений перехід до цифрових форматів у сфері культури, дизайну та медіа сприяє заміні імпортованих матеріальних товарів вітчизняними цифровими рішеннями. Така тенденція може стати основою для подальшого структурного зростання українських креативних індустрій, зокрема у напрямках цифрового мистецтва, контент-виробництва, дизайну та медіатехнологій.

Торгівля креативними товарами продемонструвала різке падіння у 2022 році - експорт скоротився майже до рівня 2020 року, а імпорт упав більш ніж на третину. У 2023–2024 роках спостерігалось поступове відновлення, проте показники все ще суттєво нижчі за довоєнні. Це підтверджує значні втрати галузі через воєнні дії та логістичні обмеження.

Креативні послуги становлять ключовий сегмент креативної економіки України, оскільки саме вони визначають експортний потенціал сектору та рівень його інтеграції у глобальні ринки. До них належать ІТ-послуги, дизайн, маркетинг, аудіовізуальне виробництво, анімація, консалтинг у сфері творчих індустрій та інші цифрові сервіси. У 2020–2024 рр. динаміка зовнішньої торгівлі креативними послугами формувалася під впливом пандемічних обмежень, прискореної цифровізації, а з 2022 р. — умов воєнного стану, які, попри суттєві ризики, виявили високу стійкість саме цього сегменту (рис.2.2).

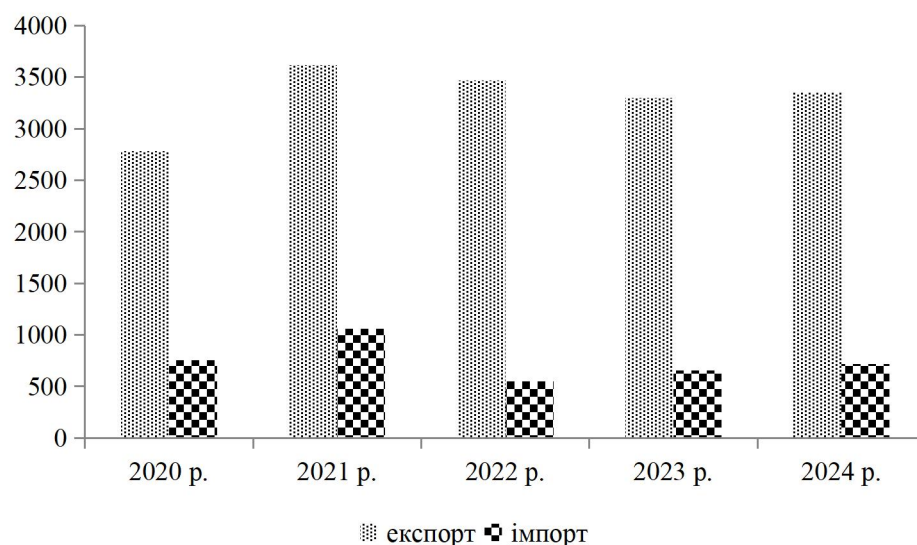


Рис.2.2 Динаміка експорту та імпорту креатив. послуг України, 2020–2024 рр.

Джерело: складно за даними Державної служби статистики України

Дані, подані на рисунку 2.2., свідчать про стабільне зростання експорту креативних послуг протягом 2020–2021 рр., що пояснюється різким зростанням глобального попиту на цифрові сервіси в умовах пандемії COVID-19. У цей період українські ІТ-компанії, дизайн-студії та цифрові агенції активно розширювали міжнародну присутність, що забезпечило стрімке зростання валютних надходжень. Саме креативні послуги стали одним із найдинамічніших експортних секторів української економіки, демонструючи стійке нарощування обсягів.

У 2022 р., попри повномасштабну війну та значні перешкоди у виробничих процесах, експорт креативних послуг знизився незначно порівняно з товарною групою. Це свідчить про високу гнучкість і цифрову мобільність сектору, оскільки більшість компаній змогли швидко релокувати співробітників, організувати віддалену роботу та продовжувати виконувати контракти з іноземними клієнтами. Хоча імпорт послуг у 2022 р. суттєво скоротився, експортні надходження збереглися на високому рівні, що забезпечило важливу підтримку платіжного балансу країни у критичний період.

У 2023–2024 рр. спостерігається поступове відновлення як експорту, так і імпорту креативних послуг. Експорт залишається значно вищим за імпорт, що підтверджує експортну орієнтованість галузі та її важливу роль у формуванні валютних доходів. Зростання імпорту у ці роки свідчить про часткове відновлення внутрішнього попиту на спеціалізовані міжнародні послуги, як-от маркетингові, консалтингові чи програмні рішення. Проте рівень імпорту досі не досягає показників 2021 р., що є наслідком обмеження фінансових можливостей бізнесу та загальної економічної нестабільності.

Особливо помітно, що у 2024 р. експорт креативних послуг знову демонструє тенденцію до зростання, наближаючись до довоєнних максимумів. Це свідчить про закріплення України на глобальному ринку високотехнологічних та інтелектуальних послуг, де ключову роль відіграють ІТ, дизайн, інженерні та медіапослуги. Фактично креативні послуги стали одним із найстійкіших сегментів

національної економіки, здатним функціонувати навіть у надскладних умовах та забезпечувати стабільний приплив валюти.

Попри воєнні ризики, експорт креативних послуг залишився одним із найстабільніших джерел валютних надходжень для України. Невелике зниження у 2022–2023 роках не змінило загальної тенденції: ІТ-послуги продовжують забезпечувати близько п'ятої частини всього експорту послуг. Імпорт послуг у 2022 році впав майже вдвічі, але в наступні роки почав відновлюватися. Позитивне сальдо зберігається завдяки переважно експортному характеру галузі, яка зовнішньоорієнтованість створює основу для фінансової стійкості сектору та його здатності підтримувати економічну активність.

Податкові надходження від креативних індустрій є важливим індикатором їхнього економічного внеску та рівня легалізації діяльності у структурі національної економіки. У 2020–2024 рр. динаміка фіскальних платежів від сектору зазнала значних коливань під впливом пандемічних обмежень, загального уповільнення економічних процесів та глибоких трансформацій, спричинених повномасштабною війною (табл.2.5).

Як свідчать аналітичні дані спостерігається період зростання у 2020–2021 рр., так і різке падіння фіскальних надходжень у 2022 р., що стало прямим наслідком зупинки багатьох бізнес-процесів, переміщення підприємців та скорочення обсягів діяльності у фізичних сегментах креативних індустрій. Подальше поступове відновлення у 2023–2024 рр. свідчить про адаптацію ринку до нових умов, розширення цифрових форматів діяльності, відновлення роботодавців та зростання обсягів задекларованих доходів. Динаміка податкових надходжень також відображає підвищення частки прозорих фінансових операцій та поступову детінізацію сектору, що є важливим чинником стабілізації державних фінансів.

Таблиця 2.5

Динаміка податкових надходжень від креативних індустрій України

Рік	ПДФО + ЄСВ, млн грн	Податок на прибуток, млн грн	ПДВ, млн грн	Інші податки, млн грн
2020	4900	9300	2500	1700
2021	5600	10200	2900	1850
2022	3200	3000	1800	1200
2023	3900	4200	2100	1350
2024	4200	4800	2350	1450
2024 р. в % до				
2020 р.	85,7	51,6	94,0	85,3
2023 р.	107,7	114,3	111,9	107,4

Джерело: складено за даними ДПС України

Дані таблиці 2.5. демонструють значні коливання фіскальних надходжень від креативних індустрій упродовж 2020–2024 років, що відображає зміну економічної активності сектору під впливом пандемічних обмежень, прискореної цифровізації та глибоких трансформацій, спричинених повномасштабною війною. Сукупність податкових платежів - ПДФО та ЄСВ, податок на прибуток, ПДВ та інші непрямі платежі - дає змогу комплексно оцінити фінансову поведінку бізнесу, рівень легалізації діяльності та внесок креативного сектору у формування державного бюджету.

Надходження ПДФО та ЄСВ демонструють зростання у 2020–2021 рр., що пояснюється розширенням зайнятості та збільшенням доходів у цифрових сегментах креативної економіки. Водночас у 2022 р. цей показник істотно скоротився, що є результатом втрати робочих місць, релокації фахівців, призупинення проєктів у творчих і креативних галузях. Відновлення у 2023–2024 рр. свідчить про поступове повернення ринку праці до активності та посилення стимулів офіційного працевлаштування. Однак навіть попри зростання, рівень 2024 р. становить лише 85,7 % від показника 2020 р., що вказує на неповну компенсацію втрат.

Найбільш різких змін зазнали надходження від податку на прибуток підприємств. Після високих показників 2021 р., що відображали прибутковість та

масштабованість бізнесу у передкризовий період, у 2022 р. надходження скоротилися більш ніж утричі. Це свідчить про глибокий удар по корпоративному сектору креативних індустрій: падіння рентабельності, зупинку виробничих і сервісних процесів, скорочення обсягів реалізації та перехід частини компаній на спрощені системи оподаткування. Відновлення у 2023–2024 рр. є лише частковим, і надходження 2024 р. становлять 51,6 % від рівня 2020 р., що підкреслює тривалу вразливість корпоративної складової сектору.

Надходження ПДВ, які є індикатором товарообігу та споживчої активності, демонструють динаміку, синхронну до загального стану ринку. Після помірною зростання у 2021 р. спостерігається падіння у 2022 р., спричинене зниженням продажів креативних товарів і послуг, порушенням логістичних ланцюгів і загальним скороченням попиту. Часткове відновлення у 2023–2024 рр. свідчить про зростання споживчої активності та стабілізацію каналів реалізації продукції. Рівень ПДВ у 2024 р. становить 94 % від рівня 2020 р., що означає майже повне відновлення обороту, хоча він і не досяг максимальних значень передвоєнного року.

До категорії «Інші податки» належать місцеві збори, акцизні надходження, туристичний збір та інші платежі, які формуються переважно у сферах культури, туризму, гастрономії та дозвілля. Динаміка цієї групи демонструє чутливість малого бізнесу креативних індустрій до зовнішніх шоків. Після зростання у 2020–2021 рр. надходження різко знизилися у 2022 р., а відновлення у 2023–2024 рр. виявилось менш стрімким, ніж у інших податкових групах. Показник 2024 р. становить 85,3 % від рівня 2020 р., що свідчить про неповне повернення малого підприємництва до довоєнних масштабів діяльності.

Порівняльна оцінка демонструє неоднорідність відновлення різних складових фіскальних надходжень. Якщо ПДВ та інші податки відновилися майже повністю, то ПДФО, ЄСВ та, особливо, податок на прибуток залишаються нижчими за довоєнні значення. Порівняння 2024 р. з 2023 р. показує стабільне зростання всіх показників на 7–15 %, що підтверджує початок фази поступового відновлення економічної активності сектору після глибокого шоку 2022 р.

Загалом динаміка податкових надходжень від креативних індустрій свідчить про високу чутливість галузі до зовнішніх економічних та соціальних чинників і водночас - про її здатність до адаптації, цифровізації та відновлення. Найбільш уразливими виявилися сфери, пов'язані з фізичною присутністю та матеріальними активами, тоді як цифрові та сервісні сегменти відновлюються швидше. Зростання фіскальних надходжень у 2023–2024 рр. відображає позитивні структурні зрушення, активізацію підприємництва, детінізацію та підвищення прозорості фінансових операцій у креативній економіці України.

Отже, податкові надходження від креативних індустрій у 2020–2024 роках характеризуються хвилеподібною динамікою. До 2021 року спостерігалось стабільне зростання, зумовлене активним розвитком ІТ-бізнесу та цифрових сервісів. Війна 2022 року призвела до різкого скорочення податкової бази, особливо у сферах культури, мистецтва та розваг. Проте сильна позиція ІТ-компаній дозволила зберегти значну частину надходжень і забезпечити відновлення у 2023–2024 роках. Надалі ефективна податкова політика та цільова підтримка найбільш постраждалих сегментів будуть ключовими умовами стабілізації фінансового внеску креативного сектору в економіку України.

Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання у різних галузях креативного сектору є важливим індикатором інтенсивності підприємницької активності, структурних змін у галузі та рівня адаптивності бізнесу до зовнішніх викликів. Показники за 2020–2024 рр., відображають складну та неоднорідну динаміку розвитку окремих сегментів креативних індустрій України (табл.2.6.). На зміну структури галузей у цей період суттєво вплинули пандемія COVID-19, масштабний перехід до цифрових форматів, релокація бізнесу, руйнування інфраструктури та трансформація споживчого попиту в умовах війни.

Таблиця 2.6

Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання у вибраних галузях
креативного сектору України (од., станом на кінець року)

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Рекламні агентства	12800	13026	13127	15071	13580	106,1	90,1
Посередництво у розміщенні реклами	1250	1364	1466	1991	1814	145,1	91,1
Дизайн (графічний, промисловий тощо)	7900	8282	9912	13192	12677	160,5	96,1
Фотографія	1700	1788	1847	4696	3503	206,1	74,6
Перекладацькі послуги	2700	2961	2986	3729	3326	123,2	89,2
Освіта у сфері культури	820	859	882	2048	1576	192,2	77,0
Театральна та концертна діяльність	1380	1321	1266	1270	1046	75,8	82,4
Підтримка концертної діяльності	480	464	423	396	288	60,0	72,7
Індивідуальна мистецька діяльність	2300	2481	2851	3915	3973	172,7	101,5
Театри та концертні зали	60	53	48	41	21	35,0	51,2
Бібліотеки та архіви	210	199	208	201	152	72,4	75,6
Музеї	85	81	80	89	56	65,9	62,9

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Загальна динаміка свідчить про те, що найбільш стійкими та такими, що демонструють зростання протягом усього періоду, є цифрові та комерційно орієнтовані сегменти: реклама, дизайн, посередництво у розміщенні реклами та індивідуальна мистецька діяльність. Наприклад, кількість дизайнерських студій та фірм зросла з 7900 у 2020 р. до 12677 у 2024 р. (160,5 %), що вказує на підвищений попит на цифровий та промисловий дизайн, зростання ролі візуальної комунікації та активну інтеграцію українського креативного продукту у глобальні ринки. Аналогічну тенденцію демонструє сегмент індивідуальної мистецької діяльності, який збільшився на 72,7 % порівняно з 2020 р. та на 1,5 % порівняно з 2023 р., що свідчить про стабільне зростання самозайнятості та вільного художнього ринку.

Зростання фіксується також у сфері рекламних агентств, де у 2020–2023 рр. кількість суб'єктів збільшувалася, досягнувши піку у 15071 одиницю у 2023 р. Проте у 2024 р. спостерігається корекція до 13580 агентств (90,1 % до 2023 р.), що

може бути наслідком ринкової консолідації, підвищення конкуренції та переходу частини малих агентств у цифровий фриланс-сегмент. Водночас кількість підприємств, що здійснюють посередництво у розміщенні реклами, зросла на 45,1 % відносно 2020 р., хоча у 2024 р. також відбулося зниження порівняно з 2023 р. Це вказує на стабільний попит на рекламні послуги у цифровому середовищі та структурні зміни у рекламній екосистемі.

Сегменти, орієнтовані на «живі» формати діяльності — фотографія, культурна освіта, театр, концертна діяльність, бібліотеки та музеї — демонструють абсолютно іншу динаміку. Так, кількість фотографів у 2022–2023 рр. різко зросла (до 4696), імовірно через масове переформатування діяльності та перехід багатьох фахівців у самозайнятість. Проте у 2024 р. показник скоротився до 3503 (74,6 % до 2023 р.), що свідчить про нестійкість сегмента та його залежність від попиту на фізичні послуги.

Надзвичайно динамічним виявився сегмент освіти у сфері культури: зростання у 2023 р. до 2048 одиниць може бути результатом переходу освітніх проєктів у цифрові формати. Однак у 2024 р. спостерігається різке скорочення до 1576 одиниць (77 % до 2023 р.), що свідчить про перегрупування ринку та ймовірне закриття малих приватних шкіл і студій.

Найбільших втрат зазнали інституційні сегменти культурної інфраструктури. Кількість театрів і концертних залів скоротилася з 60 у 2020 р. до 21 у 2024 р. (35 %), а кількість бібліотек — з 210 до 152 (72,4 %). Аналогічна тенденція спостерігається у музеях, де показник знизився до 65,9 % від рівня 2020 р. Такий спад пояснюється руйнуванням та пошкодженням установ, тимчасовою окупацією територій, зниженням бюджетного фінансування та переміщенням культурних кадрів.

Узагальнюючи, можна зазначити, що у 2020–2024 рр. креативний сектор України демонструє поляризовану структуру відновлення: цифрові, індивідуально-мистецькі та рекламні сегменти зростають, натомість інституційна культура та «офлайн»-галузі зазнають системного спаду. Це свідчить про глибоку трансформацію моделі функціонування креативної економіки, якій властиве

посилення цифрової домінанти, перехід до децентралізованих форм самозайнятості та зниження ролі традиційних культурних інституцій.

Креативні індустрії посідають помітне місце в економічному розвитку України, формуючи до повномасштабної війни близько 4% ВВП та зайнятості. До 2022 року сектор характеризувався сталим зростанням завдяки провідним напрямкам – інформаційним технологіям, рекламній діяльності, дизайну, аудіовізуальному виробництву та іншим цифровим сервісам. Пандемія COVID-19 послабила темпи зростання у традиційних офлайн-сферах мистецтва, однак не зупинила загальної тенденції до цифрової трансформації та розширення творчих послуг.

Креативна індустрія України у період війни зазнала глибоких трансформацій, що визначили особливості її функціонування, динаміку розвитку та роль у національній економіці [92]. Війна стала надзвичайно потужним шоком, який призвів до структурних змін у галузі, однак водночас продемонстрував здатність креативного сектору до адаптації, цифровізації та часткового відновлення. У 2022 році сектор пережив найбільш різке падіння, що проявилось у скороченні частки креативних індустрій у ВВП до 3,2 %, зниженні доданої вартості, зменшенні кількості підприємств і тимчасовому припиненні діяльності частини культурних інституцій. Такі процеси були спричинені порушенням логістики, зупинкою фізичної інфраструктури, релокацією бізнесу та зміною пріоритетів споживання. Разом з тим уже у 2023–2024 роках креативна галузь почала демонструвати ознаки стабілізації: частка у ВВП зросла до 3,6–3,7 %, а фінансові результати наблизилися до довоєнних показників, що свідчить про адаптивність сектору й ефективність цифрових моделей діяльності.

Одним із найважливіших вимірів впливу війни на креативні індустрії стали прямі та опосередковані збитки, яких зазнала галузь. За оцінками профільних асоціацій, Міністерства культури та окремих міжнародних організацій, сукупні втрати культурних та креативних індустрій від руйнування інфраструктури, припинення діяльності та втрати активів у 2022–2024 рр. оцінюються у понад 10 млрд грн прямих збитків, не враховуючи недоотримання доходів [93, 94, 95, 96].

Найбільших втрат зазнали театри, музеї, концертні зали, культурні центри, бібліотеки та архіви - сотні приміщень були пошкоджені або зруйновані, частина колекцій та матеріальних цінностей втрачена назавжди. Значна частина інституційної інфраструктури опинилася на окупованих територіях, що спричинило додаткові економічні та культурні втрати. Окремо слід зазначити недоотримані доходи бізнесу, які формують прихований пласт збитків і оцінюються не менш як у 20–25 млрд грн за 2022–2023 рр., насамперед через анулювання контрактів, втрату споживчого ринку та обмеження на проведення офлайн-заходів.

Важливою особливістю стану креативної індустрії в період війни стало збереження зайнятості у цифрових і сервісних сегментах. Незважаючи на загальне зниження зайнятості у 2022 році, сфери ІТ, дизайну, маркетингу та анімації продемонстрували високу мобільність робочої сили та здатність працювати дистанційно, що дозволило утримати значну частину фахівців і забезпечити стійкість сектору. У 2023–2024 роках зайнятість у креативних індустріях відновилася до рівня понад 340 тис. осіб, що навіть перевищує довоєнний показник, зокрема завдяки зростанню фриланс-сегмента та індивідуальної творчої діяльності. Війна сприяла інтенсифікації цифрової самозайнятості, розширенню віддалених команд, появі нових онлайн-платформ та інтеграції українських фахівців у міжнародні проєкти.

Підприємницька активність у креативному секторі під час війни набула поляризованого характеру. З одного боку, різко зросла кількість суб'єктів у цифрових сегментах - дизайн, рекламні послуги, індивідуальна художня діяльність, графічні студії. Це пояснюється попитом на цифровий контент, розвитком соціальних мереж, комунікаційних сервісів та переформатуванням бізнесу у бік онлайн-послуг. З іншого боку, традиційні культурні галузі - театри, концертні зали, музеї, бібліотеки - зазнали системного спаду через руйнування інфраструктури, зменшення фінансування, втрату аудиторії та неможливість повноцінного функціонування в умовах бойових дій. У деяких випадках кількість

таких інституцій скоротилася на 40–65 %, що суттєво підірвало культурну екосистему країни та посилило довгострокові культурні збитки.

Фінансові показники креативної індустрії також зазнали значних коливань. У 2022 році податкові надходження від сектору різко зменшилися: податок на прибуток упав більш ніж утричі, а ПДФО та ЄСВ - майже удвічі. Це свідчить про скорочення економічної активності, зниження доходів та перехід частини підприємців на спрощені моделі діяльності. Однак у 2023–2024 роках відбулося відновлення податкових платежів, насамперед за рахунок зростання прозорості фінансових операцій, повернення бізнесу до активної роботи та зміцнення цифрових секторів. Стабілізація податкових надходжень свідчить про перехід галузі від кризового етапу до фази відновлення.

Зовнішньоторговельні операції в період війни демонструють неоднорідні тенденції. Експорт креативних товарів зазнав суттєвого падіння у 2022 році через блокування логістичних шляхів, руйнування виробничих потужностей та зниження глобального попиту на фізичні культурні продукти. Натомість експорт креативних послуг, зокрема ІТ, цифрового дизайну, маркетингу та анімації, залишався відносно стабільним і навіть зростав у 2023–2024 роках. Завдяки відсутності залежності від фізичної логістики, можливості дистанційної роботи та міжнародній інтеграції українських фахівців креативні послуги стали основним драйвером експортної стійкості в умовах війни. Саме їхня експортна орієнтація забезпечила позитивне зовнішньоторговельне сальдо сектору та підтримала макроекономічну стабільність.

У сучасних умовах динамічних економічних змін сектор потребує вдосконалення державної політики та підтримки. По-перше, необхідно посилити цифрову модернізацію всіх підсекторів креативної економіки - забезпечити доступ малих підприємств і творчих колективів до міжнародних онлайн-ринків, розвивати інтелектуальну власність, удосконалювати ІТ-освіту для творчих спеціальностей. По-друге, доцільно запровадити окремі інструменти підтримки найбільш постраждалих галузей: грантові програми, пільгові кредити, компенсаційні механізми, сприяння виробничим кластерам та інфраструктурним

центрам. По-третє, важливо інтегрувати креативні індустрії у ширші стратегії регіонального та післявоєнного відновлення, оскільки саме вони можуть стати каталізатором місцевого економічного розвитку, формування нових зайнятих груп і появи інноваційних бізнес-моделей.

Отже, креативні індустрії залишаються ключовим джерелом інновацій, гнучкості та конкурентних переваг економіки України. Сектор виявляє здатність до відновлення навіть у кризових умовах, насамперед завдяки цифровим підгалузям та ІТ-продуктам. Подальші наукові дослідження доцільно спрямувати на оцінку результативності державних програм підтримки, уточнення методології вимірювання креативного ВВП (включно з неформальними складовими), а також розробку якісних індикаторів розвитку, які відображатимуть просторові відмінності, інноваційність бізнесів і міжнародну конкурентоспроможність українських креативних брендів.

2.3. Аналіз загального впливу креативних індустрій на економіку

Креативні індустрії (КІ) сьогодні визнаються одним із ключових напрямів становлення постіндустріальної та знаннєвої економіки. До них належить широкий спектр видів економічної діяльності, що ґрунтуються на творчості, культурному вираженні, інноваціях та використанні інтелектуальної власності. Традиційно до КІ включають медіасектор (кіно, телебачення, радіомовлення, видавництво), різні напрями мистецтва, дизайн (графічний, промисловий, цифровий), музичну та літературну сферу, архітектуру, рекламу, моду, ремесла, сценічні й аудіовізуальні мистецтва, розроблення відеоігор тощо. Українське законодавство визначає широкий перелік діяльності, що формує креативний сектор: дизайн, мода, нові медіа та ІТ, візуальне, аудіовізуальне, аудіальне та сценічне мистецтво, видавництво і друковані ЗМІ, народні художні промисли, архітектура, урбаністика, реклама, маркетинг, діяльність бібліотек, архівів і музеїв. Попри значну різноманітність напрямів, їх об'єднують спільні риси: творчий характер діяльності, створення унікального культурного чи

інноваційного продукту та висока частка інтелектуального внеску в додану вартість.

У сучасній економічній думці креативні індустрії розглядають як один із найпотужніших драйверів економічного розвитку та інноваційних трансформацій [97]. Креативний сектор формує основу знанневої економіки, у якій творчий потенціал, інтелектуальні здібності та здатність до генерування нових ідей виступають ключовими виробничими ресурсами. Розвиток КІ забезпечує значний позитивний мультиплікативний ефект: інновації та нові підходи, що виникають у творчих галузях, поширюються на інші сфери економіки, підвищуючи їхню продуктивність і конкурентоспроможність. Саме тому креативна економіка дедалі частіше розглядається як перспективна модель економічного зростання у XXI столітті.

Глобальні тенденції підтверджують вагому роль креативного сектору. За міжнародними оцінками, креативна економіка належить до найбільш динамічних світових секторів і вже формує близько 3% світового ВВП. Глобальні доходи культурних і креативних індустрій перевищують 2 трлн доларів на рік, а зайнятість у них становить десятки мільйонів осіб. З урахуванням суміжних сфер креативна економіка потенційно може забезпечувати до 10% світового ВВП. У багатьох розвинених країнах внесок КІ у ВВП варіюється в межах 4–5%, а темпи їх розвитку часто перевищують середні по економіці. Це, зокрема, характерно для країн ЄС та Великої Британії, де креативний сектор уже наближається за масштабами до традиційних промислових галузей.

Економічна специфіка креативних індустрій визначає їхню важливість для сталого розвитку. Насамперед, їм притаманне використання невичерпного ресурсу - людської креативності. На відміну від матеріальних ресурсів, творчий потенціал може відтворюватися необмежено, що забезпечує довготривалу стійкість розвитку. Сектор також характеризується високою швидкістю адаптації до технологічних змін, цифровізації та трансформації споживчих тенденцій. Сучасні цифрові платформи відкривають нові можливості для масштабування творчих продуктів, виходу на світові ринки та розвитку нових бізнес-моделей.

Водночас цифрова епоха породжує й нові виклики - необхідність захисту прав інтелектуальної власності, пошук ефективних механізмів монетизації контенту, подолання нерівномірності доступу до ринків.

Окремої уваги заслуговує соціально-культурний вплив КІ. Вони сприяють збереженню культурної спадщини, розвитку культурного різноманіття, формуванню позитивного міжнародного іміджу держави. У переліку ключових навичок майбутнього дедалі частіше називають креативність як одну з базових компетентностей людського капіталу [98]. Недаремно у XXI столітті творчість розглядається як стратегічний ресурс, що забезпечує конкурентоспроможність та стійкість національних економік. У контексті глобальних цілей сталого розвитку креативні індустрії визначаються важливим чинником інклюзивного, людиноцентричного та інноваційного розвитку.

Вплив креативних індустрій на економічний розвиток країни має багатовимірний характер і проявляється через формування валового внутрішнього продукту, розвиток ринку праці, збільшення експортного потенціалу, стимулювання інновацій, активізацію інвестиційних процесів та посилення регіонального розвитку. У сучасних умовах цифровізації та структурної трансформації економіки креативний сектор стає одним із ключових чинників забезпечення довгострокового зростання та підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Креативні індустрії забезпечують прямий економічний ефект через виробництво інноваційних, культурних та інтелектуальних товарів і послуг - від програмного забезпечення й дизайну до медіапродукції та видавничої діяльності[99]. Хоча частка цього сектору у ВВП може поступатися традиційним галузям, динаміка його розвитку демонструє сталі випереджальні темпи. Це пов'язано зі здатністю креативних індустрій швидко адаптуватися до технологічних змін, генерувати нові бізнес-моделі та забезпечувати інноваційне оновлення інших секторів економіки.

У період 2020–2024 рр. креативний сектор України показав значну стійкість, незважаючи на зовнішні шоки, включаючи пандемію та повномасштабну війну.

Динаміка основних показників свідчить про поступове зростання ролі креативної економіки у структурі ВВП країни (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Динаміка основних макроекономічних показників креативних індустрій України.

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Частка КІ у ВВП, %	2,7	3,0	2,4	2,8	3,1	0,4 в.п.	0,3 в.п.
Валова додана вартість КІ, млрд грн	101,5	121,3	98,0	116,4	135,0	133,0	116,0
Кількість зайнятих у КІ, тис. осіб	311	340	295	320	335	107,7	104,7
Експорт креативних товарів і послуг, млрд дол.	5,3	6,4	6,0	7,1	7,8	147,2	109,9

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Аналіз даних таблиці 2.7 свідчить про наявність чітко виражених етапів розвитку креативних індустрій у 2020–2024 рр. Так, у 2020–2021 рр. сектор демонстрував стійку позитивну динаміку. Зростання було забезпечене передусім активним розвитком ІТ-послуг, розширенням ринку дизайну, збільшенням обсягів виробництва цифрового контенту та посиленням ролі медіасектору. Ці підсектори сформували основу для приросту доданої вартості та експорту креативної продукції, що сприяло зміцненню позицій галузі у структурі ВВП.

У 2022 р. спостерігається суттєве уповільнення і навіть спад діяльності креативних індустрій. Це було зумовлено деструктивним впливом повномасштабної війни, що призвела до тимчасового закриття багатьох підприємств, релокації організацій та спеціалістів, скорочення внутрішнього попиту й загального зниження ділової активності. Незважаючи на це, навіть у кризових умовах падіння у креативному секторі виявилось менш глибоким, ніж у ряді інших галузей економіки, що свідчить про його відносну стійкість та адаптивність.

Період 2023–2024 рр. характеризується поступовим відновленням креативних індустрій. Зростання забезпечили активізація онлайн-сервісів, розвиток цифрових продуктів, розширення сегментів дистанційної зайнятості та

посилення міжнародної інтеграції українських креативних фахівців. Значну роль відіграли також збільшення експорту ІТ-послуг і розширення присутності українських творчих компаній на глобальних ринках.

Для глибшого усвідомлення економічної ролі креативних індустрій важливо порівняти їхні темпи розвитку із загальною динамікою економіки. Таке зіставлення дозволяє оцінити внесок сектору у макроекономічні процеси, визначити ступінь його стійкості у періоди криз та його спроможність прискорювати економічне зростання у фазах відновлення.

Креативні індустрії характеризуються високою трудомісткістю та значною здатністю формувати нові робочі місця, насамперед для кваліфікованих і творчих фахівців. Вони приваблюють молодь, представників креативного класу, фрилансерів і підприємців, забезпечуючи широке поле професійної реалізації для дизайнерів, програмістів, архітекторів, артистів, маркетологів, продюсерів та інших спеціалістів інтелектуального профілю. У світовій економіці культурно-креативний сектор сьогодні вважається одним із найперспективніших ринків праці, оскільки демонструє швидке зростання та високий ступінь стійкості до технологічних змін.

За міжнародними оцінками, у сфері культури та творчості працює близько 30 млн осіб, що перевищує зайнятість у низці традиційних промислових галузей. У розвинених країнах частка зайнятих у креативному секторі досягає 3–5% від загальної зайнятості та має тенденцію до зростання. В Україні цей показник становив 1,6–2,0% у 2020–2024 рр., демонструючи позитивну динаміку відновлення після кризових явищ 2022 року.

Позиції науковців щодо ролі зайнятості в креативних індустріях свідчать про те, що цей сектор формує якісно нові підходи до організації праці та структури робочих місць [100]. Зокрема, дослідники наголошують, що креативні індустрії створюють сучасну модель зайнятості, яка ґрунтується на високому рівні інтелектуальної складності, творчому характері діяльності та високій доданій вартості робочої сили [101]. Саме зайнятість у творчих секторах розглядається

науковою спільнотою як важливий індикатор переходу економіки до знаннєвої моделі розвитку, де ключовим виробничим ресурсом виступає людський капітал.

Важливою характеристикою зайнятості у сфері креативних індустрій є поширення гнучких форм праці. Науковці підкреслюють, що фриланс, проектна робота, дистанційна зайнятість та поєднання декількох видів діяльності стали невід'ємними рисами сучасного ринку праці в КІ [102]. Така організація роботи забезпечує високу мобільність, здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та стійкість сектору до кризових явищ.

У працях теоретиків креативної економіки також акцентується увага на тому, що креативні індустрії акумулюють значну кількість висококваліфікованих фахівців [103]. Саме вони формують ядро інноваційного потенціалу, забезпечують розвиток нових напрямів діяльності та сприяють підвищенню якості людського капіталу на рівні національної економіки. Завдяки високому рівню освіти та спеціалізованих компетентностей працівники креативних галузей здатні генерувати інновації, створювати нові продукти та сприяти модернізації інших секторів економіки.

Окремий акцент у наукових дослідженнях робиться на низькому рівні автоматизації у креативних індустріях [104]. На відміну від промислових галузей, де цифрові технології поступово замінюють людську працю, творчі види діяльності зберігають потребу в унікальному людському внеску. Це забезпечує відносно стабільний попит на робочу силу навіть в умовах технологічних трансформацій та поширення штучного інтелекту.

Не менш важливою є соціальна складова зайнятості в КІ. Науковці наголошують, що креативні індустрії сприяють посиленню соціальної згуртованості та розвитку інклюзивних практик. Вони створюють широку палітру робочих місць, підтримують розвиток локальних громад і сприяють вирівнюванню регіональних диспропорцій завдяки функціонуванню креативних хабів, культурних центрів та мережі малих підприємств у різних частинах країни. Таким чином, креативні індустрії виконують не лише економічну, а й важливу соціальну місію - формують сталість трудового ринку, підтримують культурну

різноманітність та сприяють розширенню можливостей працевлаштування для різних груп населення.

Креативні індустрії є одним із найдинамічніших сегментів сучасної економіки України, формуючи значну частку доданої вартості та забезпечуючи робочі місця у сферах дизайну, ІТ, реклами, мистецтва, аудіовізуального виробництва, моди, видавничої діяльності тощо. Їх розвиток особливо важливий у період структурних змін економіки та пошуку нових джерел зростання. Аналіз динаміки зайнятості дає змогу виявити вплив зовнішніх чинників - пандемічних обмежень, економічних коливань, повномасштабної війни, цифровізації - на стан і стійкість сектору (рис.2.3).

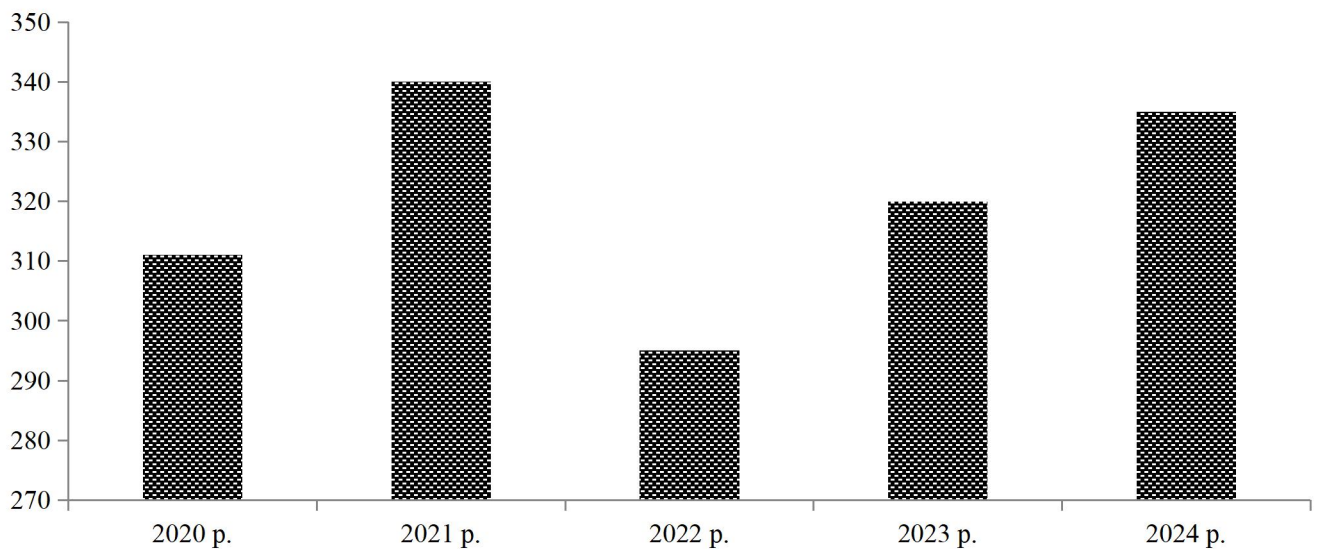


Рис. 2.3 Динаміка зайнятості у креативних індустріях України

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

Динаміка зайнятості у креативних індустріях України впродовж 2020–2024 рр. характеризується суттєвими коливаннями, зумовленими впливом пандемічних обмежень, цифрової трансформації, а з 2022 р. - наслідками повномасштабної війни. Розглянемо докладніше основні тенденції змін.

2020 рік - умовна точка відліку перед кризами. У 2020 р. рівень зайнятості становив близько 315 тис. осіб. Це період дії карантинних обмежень, спричинених пандемією COVID-19, які істотно вплинули на сфери, пов'язані з фізичною присутністю споживачів: сценічні мистецтва, культуру, подієвий бізнес. Водночас

цифрові сегменти - ІТ, онлайн-медіа, дизайн, креативні цифрові послуги - продемонстрували відносну стійкість і частково компенсували втрати офлайн-галузей. Завдяки цьому рівень зайнятості в секторі залишався стабільним.

2021 рік - зростання та відновлення сектору. У 2021 р. чисельність зайнятих у креативних індустріях зросла до приблизно 345 тис. осіб, що є найвищим значенням за аналізований період. Відновлення пояснюється активізацією внутрішнього попиту після пом'якшення карантинних обмежень, швидким переходом бізнесу, освіти та сервісів у цифровий формат, розширенням спектру онлайн-послуг, а також виходом українського ІТ-сектору на нові міжнародні ринки. Цей рік став піком докризового функціонування креативної економіки.

2022 рік - різкий спад під впливом повномасштабної війни. У 2022 р. зайнятість знизилася до приблизно 295 тис. осіб. Такий спад обумовлений масовим переміщенням населення, руйнуванням культурної та бізнес-інфраструктури, вимушеною зупинкою частини підприємств та скороченням фінансування культурних і креативних проєктів. Найбільш вразливими виявилися дизайн, мода, кіновиробництво, сценічні мистецтва, видавнича сфера - галузі, які значною мірою залежать від фізичного простору та стабільного фінансового середовища.

2023 рік - часткове відновлення. У 2023 р. кількість зайнятих зросла до приблизно 325 тис. осіб, що свідчить про поступову адаптацію сектору до умов війни. Значну роль у відновленні відіграли цифрові трансформації, активізація ІТ-індустрії після початкового шоку, розширення дистанційних форм зайнятості, а також міжнародні програми підтримки, гранти та культурна дипломатія. Українські креативні бізнеси активно інтегрувалися у європейські та глобальні ринки, що компенсувало частину внутрішніх втрат.

2024 рік - подальше нарощення зайнятості. У 2024 р. зайнятість зросла до близько 335 тис. осіб, що хоча й не досягло пікового рівня 2021 р., однак свідчить про суттєву стійкість сектору. Найдинамічніше розвивалися ІТ-послуги, цифровий маркетинг, реклама та SMM, виробництво аудіовізуального контенту,

анімація, а також дизайн і креативні технології. Зростання в цих сегментах компенсувало слабше відновлення традиційних офлайн-галузей.

Розвиток креативних індустрій має суттєвий фіскальний ефект, що проявляється як у зростанні податкових надходжень, так і у розширенні бюджетної бази на державному та місцевому рівнях. Підприємства, фізичні особи-підприємці та самозайняті творчі фахівці сплачують широкий спектр податків: податок на прибуток, податок на додану вартість, єдиний податок, податок на доходи фізичних осіб, а також соціальні внески. Сукупність цих фінансових потоків формує значний внесок сектору КІ у дохідну частину бюджетів. Світовий досвід підтверджує, що країни з розвиненим креативним сектором отримують від нього близько 4–6% усіх фіскальних надходжень, а в окремих випадках - навіть більше [105].

В Україні у 2020–2024 рр. податкові надходження від діяльності суб'єктів креативних індустрій демонстрували стабільне зростання, попри складну економічну кон'юнктуру. Зокрема, у 2020 році обсяг прямих податкових платежів від КІ становив орієнтовно 9,4 млрд грн; у 2021 році він зріс до 11,2 млрд грн. У 2022 році, під впливом війни, спостерігалось скорочення до 8,5 млрд грн, проте вже у 2023 році показник відновився до 10,7 млрд грн, а у 2024 році, за попередніми оцінками, досяг близько 12 млрд грн. Додатково зростали надходження від ПДФО та соціальних внесків, які у середньому становили від 3,2 до 4,5 млрд грн на рік.

Податкові надходження від креативних індустрій є одним із ключових індикаторів їхнього внеску в економічний розвиток держави та формування бюджетних ресурсів. У період 2020–2024 рр. фіскальні потоки від сектору зазнали помітних коливань під впливом пандемії, структурних змін на ринку праці, цифрових трансформацій, а після 2022 р. - також внаслідок безпекових ризиків та релокації бізнесу. Проте, попри зовнішні шоки, креативні індустрії зберегли здатність генерувати стабільні податкові надходження, забезпечуючи зростання бюджетних платежів та поступове скорочення рівня тінізації (табл.2.8.).

Таблиця 2.8

Основні показники податкових надходжень від креативних індустрій України

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Прямі податкові надходження від підприємств та ФОП, млрд грн	9,4	11,2	8,5	10,7	12,0	127,7	112,1
Надходження від ПДФО та ЄСВ, млрд грн	3,2	4,1	3,0	3,8	4,5	140,6	118,4
Орієнтовний вклад КІ у місцеві бюджети, млрд грн	0,28	0,40	0,21	0,33	0,42	150,0	127,3
Оціночна тінізація ринку, % обсягу сектору	28	24	31	26	22	-6 в.п.	-4 в.п.
Ефект детінізації після впровадження ПДВ 7%, млрд грн	-	+0,35	+0,22	+0,28	+0,31	-	110,7
Загальний фіскальний ефект, млрд грн	12,9	15,7	11,7	14,8	16,9	131,0	114,2

Джерело: Складено за даними ДПС України

Аналіз показників засвідчує, що креативні індустрії мають багатовимірний вплив на бюджетну систему. По-перше, прямі податкові надходження демонструють стійку позитивну динаміку, що особливо помітно у 2021, 2023 та 2024 роках. По-друге, значну частину фінансового ефекту забезпечують надходження від ПДФО та ЄСВ, які є результатом збільшення зайнятості в секторі. По-третє, креативні події, фестивалі, культурні проекти та діяльність креативних хабів формують додаткові фінансові потоки до місцевих бюджетів, включно з туристичними зборами та місцевими податками.

Науковці наголошують, що саме мультиплікативний ефект є ключовою характеристикою фіскального впливу КІ. Розвиток креативної економіки активізує суміжні сектори - туризм, ресторанний бізнес, транспорт, освітні та рекламні послуги - що призводить до збільшення непрямих податкових надходжень. Дослідники також відзначають, що структурна особливість КІ, зокрема велика кількість малих підприємств і ФОПів, сприяє горизонтальному розширенню податкової бази та мінімізує ризики концентрації доходів у кількох великих компаніях [106].

Важливим аспектом, виділеним у наукових роботах, є вплив державної політики на рівень тінізації креативної діяльності. Запровадження зниженої ставки ПДВ у розмірі 7% для сфери культури та КІ у 2021 році стало стимулом до легалізації діяльності та розширення ринку. За експертними оцінками, це зменшило рівень тінізації на 6–10% у залежних сегментах та збільшило обсяги офіційних податкових надходжень.

Необхідно зазначити, що у 2020–2024 рр. креативні індустрії продемонстрували зростаючу фіскальну значущість та потенціал подальшого зміцнення бюджетної системи України. Сектор забезпечує як прямі, так і значні непрямі податкові надходження, створює сприятливі умови для детінізації економіки та відіграє важливу роль у формуванні фінансової автономії територіальних громад.

Креативні індустрії посідають дедалі важливіше місце у структурі зовнішньоекономічних відносин, зокрема завдяки зростанню глобального попиту на цифровий, культурний та інтелектуальний продукт. Сучасний світовий ринок демонструє чітку тенденцію до домінування креативних послуг над товарами: у 2022 році їхній обсяг сягнув 1,4 трлн дол. США, що майже вдвічі перевищує обсяги експорту креативних товарів (713 млрд дол. США). Це відображає поступовий перехід світової торгівлі у площину нематеріальних активів, цифрових технологій і творчих рішень.

Для України креативний експорт має стратегічне значення, оскільки забезпечує диверсифікацію зовнішньої торгівлі та створює конкурентні переваги на глобальних ринках. Найдинамічнішим напрямом є експорт ІТ-послуг, який поєднує технологічні компетентності та творчі елементи. У 2020 році ІТ-сектор формував понад 8% загального експорту України, а у 2022 році, незважаючи на воєнні умови, забезпечив зростання обсягу експорту послуг і збільшив частку креативних послуг до 41,1%. У 2023–2024 рр. український ІТ-експорт стабілізувався на рівні 7–7,6 млрд дол. США, фактично ставши опорою економіки у складних умовах.

Поряд із цифровими продуктами розвивається експорт культурних товарів — книжкової продукції, дизайну, моди, музики, народних художніх промислів. На світових ринках зростає попит на автентичні культурні продукти, що створює перспективи для українських виробників. Державні програми підтримки, зокрема Український культурний фонд, сприяють виходу українських креативних підприємств на міжнародні ринки.

Експорт креативних індустрій посідає важливе місце у структурі зовнішньоекономічної діяльності України, формуючи значний валютний потенціал та зміцнюючи позиції країни на глобальних ринках інтелектуальних послуг і культурних продуктів. У період 2020–2024 рр. динаміка експорту креативних індустрій визначалася комплексом зовнішніх та внутрішніх чинників: цифровізацією світової економіки, зростанням попиту на ІТ-послуги, пандемічними обмеженнями, а також викликами, пов'язаними з повномасштабною війною, релокацією бізнесу та перебудовою логістичних ланцюгів (табл.2.9).

Таблиця 2.9

Динаміка експорту креативних індустрій України.

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Експорт ІТ-послуг, млрд дол. США	5,0	6,8	7,3	7,6	7,4	148	97,4
Частка ІТ у загальному експорті послуг, %	35,1	38,2	41,1	39,8	40,5	5,4 в.п.	0,7 в.п.
Експорт культурних та креативних товарів, млн дол. США	52	61	44	57	63	121,1	110,5
Частка культурних товарів у товарному експорті, %	0,18	0,21	0,16	0,19	0,22	0,04 в.п.	-0,03 в.п.
Частка креативних послуг у загальному експорті України, %	30,3	33,8	41,1	38,7	39,5	9,2 в.п.	0,8 в.п.
Темп приросту експорту креативних послуг, %	–	+11,6	+8,1	+4,1	–2,6	-	- 6,7 в.п.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Аналіз таблиці 2.9 показує, що ІТ-послуги залишаються ключовим драйвером креативного експорту України, формуючи понад 95% його структури впродовж аналізованого періоду. Така домінантність свідчить про високий рівень розвитку цифрових компетентностей, технологічної експертизи та здатності

українських ІТ-компаній інтегруватися у глобальні виробничі та сервісні ланцюги. Україна утримує стійкі конкурентні позиції на міжнародному ринку ІТ-аутсорсингу та продуктової розробки, попри внутрішні виклики, релокацію частини бізнесів, логістичні труднощі та підвищені ризики ведення діяльності в умовах війни.

Водночас важливо відзначити, що зростання обсягів та частки ІТ-послуг у структурі експорту відбувається не лише за рахунок традиційного аутсорсингу, а й завдяки розвитку продуктових компаній, стартап-сегменту, а також ІТ-рішень для креативних індустрій (анімація, геймдев, AR/VR, дизайн, мультимедійне виробництво). Це свідчить про поступовий перехід від моделі сервісного ІТ до моделі створення високотехнологічного інтелектуального продукту з високою доданою вартістю.

Поряд із цим позитивним трендом простежується й активізація експорту культурних та креативних товарів. Показники 2023–2024 рр. демонструють не лише відновлення після спаду 2022 р., а й формування нових ніш для українського культурного продукту на міжнародних ринках. Зростання експорту культурних товарів до 63 млн дол. США у 2024 р. свідчить про зміцнення позицій українських виробників у галузях дизайну, декоративно-ужиткового мистецтва, книговидання, музичної продукції, креативного мерчу та інших сферах, орієнтованих на унікальність і національну ідентичність.

Такий розвиток є важливим, оскільки диверсифікація структури креативного експорту зменшує залежність від одного домінуючого сегмента, а також створює передумови для інтеграції української культурної продукції у глобальні ланцюги креативної економіки. Формування нових ринкових ніш свідчить про зростання попиту на український контент, інтерес до української культури та розширення міжнародної співпраці в культурно-креативному секторі.

Креативні індустрії є одним із ключових каталізаторів інноваційних процесів в економіці. За своєю суттю вони генерують нові ідеї, образи, форми, які трансформуються у продукти з високою економічною та культурною цінністю. Креативний сектор активно впроваджує технологічні новації: VR і CGI у

кінематографії, 3D-друк у дизайні, стримінгові платформи у музиці, блокчейн та NFT у цифровому мистецтві. Це забезпечує його роль як «фронт-офісу» цифрової трансформації економіки.

Крос-секторний характер КІ сприяє їхньому впливу на розвиток інновацій у суміжних галузях. Потреби креативних секторів стимулюють прогрес у комп'ютерній графіці, обробці даних, створенні нових матеріалів, інженерних і технологічних рішеннях. Таким чином, інвестиції у креативні індустрії мають високий мультиплікатор для системи НДДКР. Значення КІ в інноваційній системі країни підтверджується цифровими показниками.

Інноваційна активність та технологічний розвиток креативних індустрій є ключовими чинниками зміцнення їхньої конкурентоспроможності та формування високододаної вартості в умовах цифрової економіки. У 2020–2024 рр. цей сектор продемонстрував зростаючу здатність генерувати та впроваджувати нові технологічні рішення, попри суттєві зовнішні виклики, пов'язані з пандемічною кризою та повномасштабною війною. Водночас креативні індустрії стали одним із каталізаторів цифрової модернізації економіки України, оскільки значна частина їхнього розвитку базується на використанні ІТ-технологій, цифрового дизайну, мультимедійних платформ, інтелектуальних сервісів та інноваційних бізнес-моделей (табл.2.10.).

Таблиця 2.10

Показники інноваційної активності та технологічного розвитку креативних індустрій України.

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Частка КІ у загальних інноваційних витратах економіки, %	11,2	13,1	12,4	13,7	14,0	2,8 в.п.	-0,3 в.п.
Витрати на цифрові інновації у КІ, млрд грн	7,6	9,1	8,4	10,2	11,0	144,7	107,8
Темп приросту інноваційних витрат, %	–	+19,7	–7,7	+21,4	+7,8	-	13,6 в.п.
Позиція України у GII (загальний рейтинг)	45	49	54	55	52	7 в.п.	-3 в.п.
Позиція України за компонентом “Creative Outputs”	28	32	30	29	27	-1 в.п.	-2 в.п.
Частка підприємств КІ, що впроваджують технологічні інновації, %	31	34	29	36	38	7 в.п.	2 в.п.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Дані таблиці 2.10. свідчать про поступове зміцнення ролі креативних індустрій у формуванні інноваційного потенціалу економіки України. Зокрема, частка креативного сектору в загальних інноваційних витратах держави у 2024 році зросла до 14%, що є одним із найвищих показників серед секторів, не пов'язаних із матеріальним виробництвом. Це підкреслює зміну технологічного профілю національної економіки, в якій нематеріальні активи, цифрові продукти, творчі рішення та інтелектуальні послуги набувають дедалі більшого значення.

Особливо показовим є стійке збільшення витрат на цифрові інновації у креативних індустріях: з 7,6 млрд грн у 2020 році до 11 млрд грн у 2024 році. Такий приріст свідчить про інтенсивне переоснащення сектору сучасними цифровими інструментами, розвиток технологічних платформ, зростання попиту на автоматизацію, мультимедійні сервіси, хмарні рішення та штучний інтелект у творчих процесах. Позитивна динаміка інноваційних витрат також відображає структурне переформатування бізнес-моделей креативних підприємств, які активно інтегрують інноваційні інфраструктури та зосереджуються на створенні висококоданих продуктів.

Україна системно демонструє доволі сильні позиції у Глобальному індексі інновацій (GII) саме за компонентом «Creative Outputs». У 2024 році країна займає **27 місце**, що суттєво вище, ніж її загальний рейтинг. Це свідчить про глобально визнаний потенціал українських креативних індустрій у сферах дизайну, цифрового контенту, медіапродуктів, аудіовізуального виробництва, програмних рішень та інших творчих сервісів. Стійкі позиції у цьому компоненті підтверджують, що Україна є одним із провідних генераторів творчих результатів серед країн, які не належать до високорозвинених економік, і здатна конкурувати на світовому ринку інтелектуальних продуктів.

Науковці підкреслюють, що креативні індустрії виступають центральним осередком генерування нематеріальних інновацій, які визначають траєкторію технологічного розвитку сучасного суспільства. Саме вони забезпечують створення інтелектуальних продуктів та цифрових рішень, що формують нові

стандарти виробництва, комунікацій і взаємодії в умовах глобальної економіки знань.

Креативний сектор відіграє важливу роль у стимулюванні розвитку стартап-культури, поширенні гнучких мережевих бізнес-моделей та розбудові цифрового підприємництва. Ці процеси сприяють формуванню нової інноваційної екосистеми, що характеризується високою адаптивністю, швидкістю масштабування та здатністю до інтеграції в глобальні ринки технологічних і творчих продуктів.

Поєднання творчості та технологій створює новий кадровий профіль, ключовий для функціонування економіки знань. Йдеться про спеціалістів, які одночасно володіють компетентностями у сфері дизайну, цифрового виробництва, ІТ, аналітики та контент-менеджменту. Така мультидисциплінарність стає визначальною перевагою у формуванні високотехнологічного людського капіталу.

Крім того, розвиток креативних індустрій підсилює екосистему наукових досліджень та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), адже саме цей сектор генерує попит на спеціалізовані інженерні рішення, цифрові платформи, мультимедійні сервіси та інноваційні технології. Це сприяє активізації наукових установ, ІТ-компаній, креативних центрів та стартап-інкубаторів, формуючи розгалужену інноваційну інфраструктуру.

Креативні індустрії стають одним із стратегічних напрямів інвестування завдяки їхній високій динаміці, рентабельності та здатності швидко масштабуватися. Зростання капіталовкладень у сектор КІ спостерігається як з боку приватних інвесторів (венчурні фонди, бізнес-ангели, міжнародні інвестиційні компанії), так і з боку держави та міжнародних донорів, які через грантові програми підтримують розвиток культурних та інноваційних проєктів. Найбільш інвестиційно привабливими залишаються технологічно орієнтовані сегменти - ІТ-стартапи, індустрія відеоігор, цифрові медіа, 3D-дизайн, анімаційні студії, VR/AR-технології.

Значною перевагою креативних індустрій є низький поріг входу: створення креативного продукту часто не потребує значних вкладень у матеріальні активи,

оскільки основний ресурс - це людський капітал, креативність та інтелектуальні компетентності. Саме тому багато успішних стартапів виникають у середовищах з обмеженими фінансовими ресурсами, але з високою концентрацією творчих спеціалістів. Такі умови роблять креативний сектор одним із найпривабливіших для малого та середнього бізнесу.

Разом з тим, інвестори не завжди охоче вкладають кошти у творчі проєкти через специфіку нематеріальних активів, високу невизначеність ринкового успіху та труднощі оцінювання майбутніх грошових потоків. Саме тому у світовій практиці сформувалися спеціальні механізми підтримки інвестицій у КІ: краудфандингові платформи, продюсерські центри, державні фонди культури, податкові стимули, пільгове кредитування та програми державно-приватного партнерства.

В Україні інвестиції у вузько культурні індустрії залишаються низькими: у 2020 році на галузь мистецтва, спорту та розваг припадало лише 0,29% загального обсягу капітальних інвестицій, у 2021 році - 0,57%, а у 2022 році - близько 0,41%. Однак ситуація істотно змінюється, якщо враховувати інвестиції у сферу інформаційних та цифрових технологій, які є частиною креативної економіки. Саме ІТ-продукти останніми роками забезпечують найбільший приплив іноземних інвестицій в Україну.

Науковці наголошують, що інвестиційна привабливість креативних індустрій визначається низкою ключових характеристик, які роблять цей сектор особливо перспективним у сучасній економіці [108]. Передусім креативний сектор відзначається низькою капіталомісткістю та високою віддачею інвестицій, що робить його оптимальним напрямом вкладення коштів для країн із обмеженими фінансовими ресурсами. Створення продуктів у сфері дизайну, ІТ, мультимедіа, контентного виробництва чи творчих послуг зазвичай не потребує значних витрат на матеріальну інфраструктуру, натомість забезпечує швидке масштабування та високий рівень доданої вартості.

Ключовим активом креативних індустрій є інтелектуальний капітал - знання, творчість, професійні компетенції та креативні навички. Саме завдяки цьому

українські стартапи можуть досягати міжнародного рівня без суттєвих інвестицій у фізичні потужності. Це створює сприятливі умови для формування інноваційних компаній, здатних працювати у глобальних цифрових екосистемах.

Важливим фактором є й зниження ризиків для інвесторів завдяки диверсифікації креативних ринків. Оскільки вони включають численні нішеві напрями - від геймдеву, реклами та дизайну до музичної індустрії, видавничих проєктів та аудіовізуального виробництва - інвестиційні ризики розподіляються між різними сегментами, що підвищує стійкість портфеля та зменшує залежність від одного виду продукту.

Науковці також підкреслюють важливість розвинених екосистем - кластерів, інноваційних хабів, коворкінгів, технопарків - які виступають базою для залучення довгострокового капіталу [108]. Такі інституції сприяють концентрації талантів, розвитку партнерських мереж, формуванню стартапів та доступу до експертних і технологічних ресурсів.

Зрештою, інвестиції в креативні індустрії мають широкий економічний і соціокультурний ефект. Вони сприяють зміцненню економіки знань, розширюють ринки праці, стимулюють розвиток нових професій та компетентностей, а також підтримують культурну ідентичність та соціальну інтеграцію. Саме тому КІ розглядаються як один із пріоритетних напрямів довгострокового розвитку в умовах цифрової трансформації та глобальної конкуренції.

Інвестиційна динаміка є одним із ключових показників розвитку креативних індустрій, оскільки саме інвестиції визначають здатність сектору до масштабування, модернізації, впровадження інновацій та виходу на міжнародні ринки. Упродовж 2020–2024 рр. креативна економіка України зазнала суттєвих викликів — пандемічних обмежень, макроекономічної нестабільності та наслідків повномасштабної війни. Проте, всупереч ризикам, дані таблиці демонструють стійкий інвестиційний інтерес до сектору, зокрема до його цифрової та технологічної складової (табл. 2.11.).

Таблиця 2.11

Динаміка інвестиції у креативні індустрії України

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Частка інвестицій у культурні індустрії від загальних капіталовкладень, %	0,29	0,57	0,41	0,48	0,52	0,23 в.п.	0,04 в.п.
Притік інвестицій у ІТ та цифрові КІ, млрд грн	18,4	24,7	22,1	28,9	31,5	171,2	119,3
Частка інвестицій у ІТ у всіх інвестиціях в економіку, %	4,7	6,2	5,9	7,8	8,3	3,6 в.п.	0,5 в.п.
Кількість профінансованих творчих проєктів (гранти, УКФ), од.	1217	1609	1024	1382	1560	128,2	112,9
Частка стартапів КІ серед усіх стартапів України, %	22	25	27	30	32	10 в.п.	2 в.п.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

Дані таблиці 2.11 свідчать про поступове посилення інвестиційної активності у креативних індустріях України впродовж 2020–2024 рр., що проявляється у зростанні обсягів капіталовкладень, розширенні цифрових інвестицій, активізації грантових програм та розвитку стартап-екосистеми. Розглянемо основні тенденції детальніше.

По-перше, інвестиції у культурні індустрії демонструють поступове відновлення. Частка інвестицій у культурні індустрії в загальних капіталовкладеннях коливалася протягом аналізованих років, однак у 2024 році досягла 0,52%, що на 0,23 в.п. більше, ніж у 2020 році. Після спаду 2022 року, зумовленого воєнними подіями та згортанням значної частини культурних проєктів, у 2023–2024 рр. відбулося помітне відновлення. Це свідчить про стабілізацію фінансування та повернення інтересу до культурних ініціатив, а також про здатність культурного сектору швидко реінтегруватися в інвестиційний цикл, підтверджуючи його соціокультурну цінність і стійкість.

По-друге, фіксується суттєве зростання інвестицій у ІТ та цифрові креативні індустрії. Обсяг інвестицій у цей сегмент зріс із 18,4 млрд грн у 2020 році до 31,5 млрд грн у 2024 році, тобто на 171,2%. Це найвищий показник серед усіх проаналізованих у таблиці. Навіть у кризовому 2022 році цифрові КІ зберегли стабільність, що свідчить про високу стійкість технологічного сектору. Зростання частки ІТ-інвестицій до 8,3% усіх інвестицій економіки у 2024 році підтверджує

стратегічне зміщення економічних пріоритетів у напрямі цифровізації та розвитку економіки знань.

По-третє, значною залишається активність грантових програм та інституцій підтримки творчих проєктів. Кількість профінансованих ініціатив – грантів, проєктів Українського культурного фонду та інших програм – зросла з 1217 у 2020 році до 1560 у 2024 році, або до 128,2% від базового значення. Після різкого скорочення у 2022 році, спричиненого війною, у наступні роки спостерігається відновлення та подальше зростання. Це свідчить про ефективність державної, муніципальної й міжнародної підтримки, яка компенсує частину втрат бізнесу та стимулює розвиток нових творчих ініціатив.

По-четверте, значну роль у трансформації сектору відіграє розвиток стартап-екосистеми. Частка стартапів креативних індустрій серед усіх українських стартапів зросла з 22% у 2020 р. до 32% у 2024 р. Така динаміка відображає інтенсивний розвиток технологічно-креативних напрямів — геймдеву, анімації, AR/VR-рішень, медіа, креативних платформ. Зростання частки свідчить про високий попит на інтелектуальні продукти, зменшення бар'єрів входу для молодих підприємців та здатність КІ залучати венчурний і приватний капітал. Це також підтверджує структурні зміни в інноваційній екосистемі України.

Креативні індустрії відіграють стратегічну роль у розвитку територій, оскільки формують нову економічну модель міст і громад — модель, у центрі якої творчість, інновації та культурна унікальність. Світовий досвід доводить, що креативні хаби, арт-квартали та культурні проєкти часто стають двигунами ревіталізації занепалих районів, перетворюючи їх на центри туризму, підприємництва та культурної активності.

В українських містах креативні індустрії поступово стають інструментом регіонального економічного розвитку. Київ, Львів, Харків, Одеса, Дніпро вже формують стійкі креативні екосистеми - від IT-парків і дизайн-студій до літературних та музичних фестивалів. Такі події, як Atlas Weekend, Форум видавців, Одеса International Film Festival, виконують функцію брендингу

територій, привертають туристів і створюють додатковий мультиплікатор для малого бізнесу.

Особливістю креативних індустрій є здатність формувати локальну культурну ідентичність, відроджувати народні промисли, зміцнювати соціальний капітал громад, що особливо важливо для сільських територій та малих міст. Креативні проєкти сприяють утриманню молоді, створенню нових робочих місць і формуванню позитивного інвестиційного іміджу регіонів.

У контексті повоєнного відновлення України роль КІ стає ще значущішою: міжнародні донори активно фінансують культурні центри, арт-терапевтичні програми, креативні ініціативи у постраждалих регіонах, розглядаючи їх як інструмент психологічної реабілітації та соціально-економічної стійкості громад.

Науковці відзначають, що креативні індустрії відіграють важливу роль у формуванні сучасного регіонального розвитку та трансформації територіальних економік[109]. Передусім КІ виступають рушійною силою урбаністичних змін у містах, сприяючи розвитку малого бізнесу, туристичних потоків та культурної інфраструктури. Завдяки появі нових творчих просторів, креативних хабів, арт-майстерень і культурних центрів міські території набувають нової динаміки, а локальна економіка отримує імпульс до диверсифікації.

Важливим чинником є формування нової економічної географії, у якій людський капітал, творчість та культурні ресурси стають ключовими детермінантами конкурентоспроможності територій. Креативний сектор створює середовище, де концентруються таланти, інновації та підприємницькі ініціативи, тим самим змінюючи традиційні підходи до регіонального розвитку.

Окрему увагу науковці приділяють ролі креативних кластерів у зменшенні регіональних диспропорцій. На відміну від багатьох промислових секторів, креативні індустрії не потребують масштабної матеріальної інфраструктури, що дозволяє їм ефективно функціонувати навіть у малих містах. Формування локальних кластерів - геймдев-студій, дизайнерських центрів, культурних платформ - стимулює розвиток місцевої економіки та підсилює ендогенний потенціал територій.

Концентрація креативних фахівців і творчих команд у регіонах підвищує їхній інноваційний потенціал. Завдяки взаємодії творчого мислення, інженерних компетентностей та цифрових навичок виникають нові стартапи, технологічні рішення й креативні продукти з високою доданою вартістю. Це сприяє посиленню регіональних інноваційних екосистем.

Науковці також підкреслюють, що культура і творчість відіграють важливу роль у повоєнному відновленні територій. Вони забезпечують соціальну згуртованість, сприяють формуванню спільної ідентичності та інтеграції громад, а також виступають одним з ключових інструментів відбудови місцевих економік на засадах стійкості та включення.

Регіональний вимір розвитку креативних індустрій є ключовим елементом формування інклюзивної та інноваційної моделі економічного зростання України. Креативний сектор значною мірою впливає на трансформацію міського середовища, підвищення економічної активності територій, пожвавлення культурного життя та стимулювання підприємництва. Саме тому регулярний моніторинг регіональних показників розвитку КІ дозволяє оцінити, наскільки ефективно цей сектор інтегрується у локальні економіки та які результати він генерує для громад, міст і регіонів (табл.2.12).

Таблиця 2.12

Основні показники впливу КІ на регіональний розвиток України.

Показник	Рік					2024 р. в % до	
	2020	2021	2022	2023	2024	2020 р.	2023 р.
Кількість діючих креативних хабів в Україні	58	71	67	83	95	163,8	114,5
Частка КІ у зайнятості великих міст, %	4,1	4,6	3,9	4,4	4,8	0,7 в.п.	0,4 в.п.
Доходи від культурно-туристичних подій, млрд грн	4,2	5,1	2,8	4,6	5,4	128,6	117,3
Частка КІ у валовому регіональному продукті (середнє по містах), %	2,7	3,1	2,4	3,0	3,3	0,6 в.п.	0,3 в.п.
Кількість грантових проєктів у регіонах (УКФ, донори), од.	640	812	594	745	890	139	119,5

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

Проведений аналіз свідчить, що креативні індустрії посідають важливе місце в економічному розвитку України. До початку повномасштабної війни їхній внесок становив близько 4% ВВП та 3–4% загальної зайнятості, що є співставним із окремими базовими галузями економіки. Сектор генерує значні обсяги доданої вартості та створює сотні тисяч робочих місць, підтверджуючи свою структурну значущість.

Креативні індустрії до війни демонстрували випереджаючі темпи зростання порівняно з традиційними секторами, що свідчить про значний нереалізований потенціал. За умов належної підтримки їхня частка у ВВП може зрости до 7–10%, забезпечивши додаткові макроекономічні ефекти - зростання доходів підприємств, збільшення експорту та формування нових центрів економічної активності.

Сектор КІ є важливим джерелом якісної зайнятості й розвитку людського капіталу. Він пропонує робочі місця для молоді та висококваліфікованих фахівців, сприяє розвитку цифрових і творчих компетентностей, а також допомагає утримувати таланти в країні. Це має особливе значення в контексті післявоєнного відновлення, де людський потенціал виступає визначальним ресурсом.

Креативні індустрії здійснюють суттєвий фіскальний вплив, забезпечуючи мільярдні податкові надходження та сприяючи зміцненню фінансової стійкості держави й громад. Місцеві бюджети отримують додаткові доходи через розвиток туризму, малого підприємництва та креативних кластерів, що активізують економічне життя регіонів.

Важливою характеристикою креативної економіки є її здатність посилювати стійкість держави. Креативний сектор робить економіку менш залежною від сировинних галузей, сприяє диверсифікації експорту та підвищує адаптивність до зовнішніх шоків. Навіть у 2022 році креативна сфера проявила високу життєздатність: ІТ-сектор продовжував працювати та приносити валютні надходження, медіа та культура виконували важливі суспільні функції.

Креативні індустрії мають прямий зв'язок із цілями сталого розвитку, оскільки сприяють економічному зростанню, зменшенню нерівності, розвитку інклюзії та формуванню екологічно орієнтованих практик. Їхній потенціал у

соціальному та екологічному вимірах є важливим доповненням до економічної цінності.

У післявоєнний період креативні індустрії можуть стати одним із ключових напрямів структурної модернізації економіки України. Розвиток творчого та інтелектуального потенціалу держави створює можливості для швидкого переходу до економіки знань, інновацій та високої доданої вартості. Міжнародні партнери та державні стратегії дедалі активніше орієнтуються на підтримку креативного сектору, визнаючи його роль у формуванні стійкого майбутнього.

Отже, креативні індустрії - це не лише елемент культурного середовища, а й потужний фактор економічної трансформації. Вони здатні посилити конкурентоспроможність України, підтримати соціальну згуртованість і забезпечити розвиток, що спирається на інновації та креативність. Розширення інвестицій та підтримки креативної економіки сьогодні означає формування підґрунтя для довгострокової стійкості та процвітання України в майбутньому.

Висновки до розділу 2

1. До 2020 року креативні індустрії сформувалися як один із перспективних секторів української економіки. Структура креативних індустрій України є багатовимірною та охоплює низку підсекторів, що базуються на інтелектуальній праці, творчості, цифрових технологіях і культурному виробництві. Кожен із підсекторів формує власний внесок у валову додану вартість креативної економіки та по-різному реагує на економічні кризи, соціальні трансформації й виклики воєнного періоду. Підсектор ІТ та програмування є найбільшою складовою КІ та формує 43 % валової доданої вартості креативної економіки та залишаються її ключовим драйвером.

2. До 2020 року креативні індустрії стали одним із ключових драйверів розвитку української економіки, формуючи близько 4% національної доданої вартості, сотні тисяч робочих місць та експорт послуг на рівні понад 5 млрд доларів США.

3. Період 2020–2024 років став для креативних індустрій України одним із найскладніших за всю історію їхнього існування. Пандемія COVID-19, а згодом і повномасштабна війна 2022 року радикально змінили умови функціонування галузі. Креативний сектор зазнав комплексних економічних, соціальних, фінансових і інституційних викликів, які суттєво вплинули на його поточний стан і перспективи розвитку.

4. Значним викликом стала втрата людського капіталу: з початком повномасштабної війни понад 20% креативних фахівців виїхали за кордон, 34,6% спеціалістів, які мали роботу до початку вторгнення, втратили її, а найбільш уразливими виявилися дизайнери, креативні менеджери та спеціалісти з контенту. Стійкішими залишалися лише сегменти ІТ та геймдев, де лише 10–13% компаній повністю зупинили роботу.

5. Суттєвим викликом стало й масове зупинення підприємницької діяльності: близько 37% компаній креативного сектору тимчасово припинили роботу. Найглибшого удару зазнала архітектурна сфера, де 68% бюро відклали

або призупинили проекти. Одночасно сектор відчув нестачу фінансування: державні програми підтримки культури, які діяли до війни, були згорнуті або переорієнтовані на оборонні потреби.

6. Ключові тенденції розвитку креативних індустрій України у 2020–2024 рр. демонструють здатність сектору адаптуватися до кризових умов, швидко переходити на цифрові моделі роботи та інтегрувати інноваційні технології.

7. Аналіз динаміки макроекономічних показників креативних індустрій України у 2020–2024 рр. свідчить про суттєві структурні зміни, спричинені поєднанням пандемічних викликів, трансформацією глобальних ринків творчих послуг та шоківими наслідками повномасштабної війни. Частка креативного сектору у ВВП знизилася з 4,2 % у 2020 р. до 3,7 % у 2024 р., що означає скорочення на 0,5 в.п. порівняно з довоєнним періодом.

8. Податкові надходження від креативних індустрій є важливим індикатором їхнього економічного внеску та рівня легалізації діяльності у структурі національної економіки. У 2020–2024 рр. динаміка фіскальних платежів від сектору зазнала значних коливань під впливом пандемічних обмежень, загального уповільнення економічних процесів та глибоких трансформацій, спричинених повномасштабною війною

9. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання у різних галузях креативного сектору є важливим індикатором інтенсивності підприємницької активності, структурних змін у галузі та рівня адаптивності бізнесу до зовнішніх викликів. Показники за 2020–2024 рр., відображають складну та неоднорідну динаміку розвитку окремих сегментів креативних індустрій України.

10. У період 2020–2024 рр. креативний сектор України показав значну стійкість, незважаючи на зовнішні шоки, включаючи пандемію та повномасштабну війну. Динаміка основних показників свідчить про поступове зростання ролі креативної економіки у структурі ВВП країни.

11. Попри зовнішні шоки, креативні індустрії зберегли здатність генерувати стабільні податкові надходження, забезпечуючи зростання бюджетних платежів та поступове скорочення рівня тінізації.

12. У період 2020–2024 рр. динаміка експорту креативних індустрій визначалася комплексом зовнішніх та внутрішніх чинників: цифровізацією світової економіки, зростанням попиту на ІТ-послуги, пандемічними обмеженнями, а також викликами, пов'язаними з повномасштабною війною, релокацією бізнесу та перебудовою логістичних ланцюгів.

13. Креативні індустрії стали одним із каталізаторів цифрової модернізації економіки України, оскільки значна частина їхнього розвитку базується на використанні ІТ-технологій, цифрового дизайну, мультимедійних платформ, інтелектуальних сервісів та інноваційних бізнес-моделей.

14. Інвестиційна динаміка є одним із ключових показників розвитку креативних індустрій, оскільки саме інвестиції визначають здатність сектору до масштабування, модернізації, впровадження інновацій та виходу на міжнародні ринки.

15. Регулярний моніторинг регіональних показників розвитку КІ дозволяє оцінити, наскільки ефективно цей сектор інтегрується у локальну економіку та які результати він генерує для громад, міст і регіонів.

Основні наукові результати другого розділу опубліковані у працях автора [146;150;151;153].

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ

3.1. Удосконалення інституційного середовища розвитку креативних індустрій в Україні.

Креативні індустрії в Україні формують вагомий сегмент національної економіки та демонструють стійку тенденцію до зростання навіть в умовах системних криз. Станом на початок 2020-х років частка креативної економіки оцінювалася на рівні близько 7% валового внутрішнього продукту країни. Показово, що в період пандемічних обмежень креативний сектор не лише зберіг економічну активність, а й наростив внесок у створення доданої вартості, який перевищив 130 млрд грн. Креативні індустрії забезпечують зайнятість понад 360 тис. осіб, що становить близько 4% загальної чисельності робочої сили, а експорт креативних послуг у воєнний період досяг кількох мільярдів доларів США та характеризувався стійким позитивним сальдо зовнішньої торгівлі.

Аналітичні оцінки свідчать, що подальше зростання частки креативної економіки до рівня близько 10% ВВП може забезпечити суттєвий додатковий приріст валового внутрішнього продукту та експортних надходжень, що підтверджує стратегічний потенціал цього сектору в контексті довгострокового соціально-економічного розвитку та структурної трансформації національної економіки [110].

Інституційна підтримка розвитку креативних індустрій в Україні здійснюється через систему центральних і регіональних органів виконавчої влади, а також спеціалізовані фонди та агентства [111]. До реалізації відповідних політик залучені органи, відповідальні за культурну, освітню, інноваційну та цифрову сфери, тоді як на регіональному рівні впроваджуються окремі ініціативи зі створення творчих кластерів, культурних хабів та інноваційних просторів. Водночас наявна модель інституційної підтримки характеризується фрагментарністю, недостатньою узгодженістю управлінських рішень та

обмеженою інтеграцією креативних індустрій у загальноекономічну та регіональну стратегію розвитку.

Європейська практика свідчить про застосування різноманітних інституційних інструментів підтримки креативних секторів на наднаціональному, національному та галузевому рівнях. На рівні Європейського Союзу функціонують комплексні програми, спрямовані на фінансування транскордонних мереж, розвиток цифрових платформ, підтримку професійної мобільності та обміну досвідом у культурно-креативних галузях [112]. Такі інструменти охоплюють широкий спектр секторів - від музичної та видавничої діяльності до архітектури й аудіовізуального виробництва - та орієнтовані на підвищення професіоналізації, експортного потенціалу й міжнародної конкурентоспроможності креативної економіки.

На національному рівні окремі європейські країни реалізують довгострокові стратегії розвитку культурно-креативних індустрій, розглядаючи їх як самостійний і стратегічно важливий сектор економіки [113]. Зокрема, у ряді держав креативні індустрії визначаються як новий базовий сегмент економічного зростання, що потребує цілеспрямованої державної політики. Такі стратегії передбачають формування єдиної статистичної бази для сектору, розвиток креативних компетенцій, підтримку підприємництва через консультаційні, грантові та кластерні інструменти, а також активне сприяння міжнародній присутності національних креативних продуктів і послуг.

У скандинавських країнах значна увага приділяється розробці «дорожніх карт» розвитку креативної економіки, які поєднують фінансування створення нових продуктів, стимулювання експорту, розвиток людського та креативного капіталу, а також мережування компаній сектору [114]. Креативні індустрії при цьому розглядаються як важливий чинник підвищення національної конкурентоспроможності, що зумовлює орієнтацію політики на їхню міжнародну експансію, технологічну модернізацію та інтеграцію в глобальні ланцюги створення доданої вартості.

У країнах із розвиненими ринковими інституціями сформовано спеціалізовані органи стратегічної координації у сфері креативних індустрій, які функціонують у форматі партнерства держави та бізнесу. Такі структури беруть участь у розробленні середньо- та довгострокових стратегій зростання, впровадженні державних фондів підтримки, фінансуванні інкубаторів і акселераторів, застосуванні податкових стимулів та залученні приватних інвесторів до фінансування креативних стартапів. У результаті комплексної реалізації цих заходів креативні індустрії формують значний економічний ефект, забезпечуючи створення доданої вартості та зайнятість у масштабах національної економіки.

Європейський досвід підтверджує, що найбільш результативними є комплексні моделі державної політики, які поєднують фінансові інструменти, нормативно-правове забезпечення, освітні механізми та мережеві форми взаємодії, створюючи цілісну інституційну екосистему розвитку креативних індустрій.

Результати аналітичних оцінок свідчать, що відсутність єдиної національної стратегії або комплексної «дорожньої карти» розвитку креативних індустрій знижує ефективність державної політики у цій сфері та ускладнює формування сталих механізмів підтримки в умовах кризових шоків [115]. Це актуалізує необхідність формування цілісної культурної та економічної стратегії розвитку креативного сектору, доповненої інституційними механізмами антикризового реагування, міжвідомчої координації та багаторівневого управління.

Вагомим чинником розвитку креативних індустрій є їх інтеграція у міжнародний економічний та культурний простір, зокрема через участь у міждержавних програмах співробітництва, мережевих проєктах і трансфері управлінських та інноваційних практик. Навіть у період повномасштабної війни креативні індустрії України продемонстрували високий рівень адаптивності, спираючись на цифрові формати діяльності, підтримку міжнародних партнерів і внутрішній ринок. Зростання частки креативних послуг у структурі експорту послуг свідчить про посилення ролі цього сектору як джерела валютних надходжень та чинника економічної стійкості в умовах глибоких трансформацій.

Попри зростаючу економічну та соціальну значущість, інституційне середовище розвитку креативних індустрій в Україні залишається фрагментованим і структурно незбалансованим. Передусім це проявляється у відсутності єдиного нормативно закріпленого підходу до визначення креативного сектору та централізованого координаційного механізму, який би забезпечував узгодження дій усіх зацікавлених сторін. Функції регулювання та підтримки креативних індустрій розподілені між кількома галузевими відомствами, що зумовлює розпорошення відповідальності та ускладнює формування цілісної міжвідомчої політики.

Другим системним обмеженням є дисбаланс у фінансовому забезпеченні розвитку креативних індустрій. Державна підтримка здебільшого має проєктний або грантовий характер і спрямована на короткострокові ініціативи, тоді як інструменти довгострокового фінансування, орієнтовані на структурний розвиток сектору, залишаються недостатньо розвиненими. Запровадження окремих програм пільгового кредитування або адресної підтримки креативного підприємництва, попри їх позитивний ефект, не формує цілісної фінансової архітектури та не забезпечує стійкого мультиплікативного впливу [116]. Відсутність уніфікованих фінансових механізмів призводить до подальшого розпорошення ресурсів між децентралізованими ініціативами та локальними проєктами.

Суттєвим викликом залишаються й регіональні диспропорції у розвитку креативних індустрій [117]. Основна концентрація креативної діяльності спостерігається у великих міських агломераціях, тоді як потенціал малих міст і регіонів використовується недостатньо. Хоча на місцевому рівні реалізуються окремі проєкти зі створення культурних кластерів і креативних хабів, вони, як правило, не інтегровані у загальнонаціональну систему стратегічного планування та не забезпечують формування сталих міжрегіональних зв'язків. Відсутність системної взаємодії між державними, приватними та громадськими акторами на всіх рівнях управління зумовлює ізолюваність ініціатив і обмежує ефект від їх реалізації.

Незбалансованість інституційного середовища посилюється також недостатнім рівнем міжгалузевої інтеграції. Креативні індустрії не завжди повноцінно включені у регіональні стратегії смарт-спеціалізації, а інституції науки, освіти та бізнесу часто не враховують креативний потенціал як окремий чинник інноваційного розвитку та економічної диверсифікації.

Сучасне інституційне середовище в Україні не формує цілісної екосистеми розвитку креативних індустрій, оскільки характеризується дефіцитом координації, відсутністю уніфікованих правил та обмеженою дієвістю мотиваційних механізмів, що стримує реалізацію потенціалу цього сектору в умовах структурних трансформацій економіки.

На основі проведеного аналізу обґрунтовано авторську модель інтегрованої інституційної підтримки розвитку креативних індустрій, яка розглядається як складова структурної модернізації національної економіки та інструмент підвищення її інноваційної, соціальної й регіональної стійкості (табл.3.1). Запропонована модель базується на принципах нової інституційної економіки, концепції smart-спеціалізації, управління людським капіталом і міжсекторальної інтеграції, що дозволяє поєднати стратегічну визначеність державної політики з адаптивністю інституційних механізмів у динамічному середовищі креативної економіки.

Ключовою авторською позицією є необхідність формування Національної стратегії розвитку креативних індустрій як інтегрованого елементу культурної, інноваційної та економічної політики держави. Така стратегія має виходити за межі фрагментарних програм підтримки та закріплювати креативні індустрії як повноцінний сектор економіки з чітко визначеними цілями, пріоритетними напрямками розвитку та системою індикаторів результативності.

Таблиця 3.1

Авторська модель інтегрованої інституційної підтримки розвитку креативних індустрій

Інституційний блок	Ключовий зміст та інструменти	Авторський акцент	Очікуваний ефект
Стратегічне планування та координація	Формування Національної стратегії розвитку креативних індустрій; визначення пріоритетних напрямів (цифрові креативні індустрії, дизайн, креативний туризм, аудіовізуальний контент, ІТ-послуги); запровадження системи індикаторів результативності; створення міжвідомчого координаційного органу	Креативні індустрії позиціонуються як повноцінний сектор економіки, інтегрований у культурну та інноваційну політику держави	Зниження транзакційних витрат; підвищення передбачуваності політики; зростання інвестиційної привабливості сектору
Інституційні платформи та мережі	Розвиток професійних асоціацій, креативних форумів, центрів компетенцій, цифрових та фізичних хабів; мережування учасників сектору	Платформи розглядаються як механізми координації знань, ресурсів та інновацій, а не як окремі проекти	Підвищення інноваційної активності; масштабування креативних продуктів; зростання ефекту співпраці
Кластеризація та smart-спеціалізація	Формування міжгалузевих креативних кластерів (ІТ, дизайн, мистецтво, виробництво); інтеграція креативних індустрій у регіональні стратегії smart-спеціалізації	Креативні індустрії виступають каталізатором регіональної диверсифікації та інновацій	Підвищення конкурентоспроможності регіонів; розвиток локальних економік; зростання доданої вартості
Управління людським і креативним капіталом	Гнучкі освітні програми; міждисциплінарна підготовка; менторство та стажування; гранти на розвиток креативних навичок; програми мобільності та утримання талантів	Людський і креативний капітал визначаються ключовим ресурсом інноваційного розвитку	Підвищення якості кадрів; зростання продуктивності; зменшення «витоку талантів»
Цифровізація та інноваційна інфраструктура	Цифрові сервіси для креативних підприємців; онлайн-платформи комерціалізації; захист прав інтелектуальної власності; розвиток CreaTech (AR/VR, мультимедійні технології)	Цифрова трансформація розглядається як базова умова глобальної конкурентоспроможності	Масштабування бізнес-моделей; інтеграція у глобальні ринки; зростання експорту креативних послуг
Міжгалузєва інтеграція	Розвиток кроссекторальних проєктів (креативні технології, туризм, освіта, виробництво); поєднання креативних і традиційних галузей	Креативні індустрії виконують роль «інституційних брокерів інновацій»	Синергетичний ефект; диверсифікація економіки; підвищення стійкості розвитку
Фінансові та адміністративні механізми	Поєднання грантових, кредитних, податкових і партнерських інструментів; гнучке регулювання; спрощення доступу до підтримки	Баланс між довгостроковим плануванням і адаптивністю інституцій	Стабільність фінансування; ефективне використання ресурсів; сталі результати

Джерело: власна розробка автора

У межах авторської моделі стратегічне планування передбачає концентрацію ресурсів на напрямках з найвищим потенціалом створення доданої вартості, зокрема у цифрових креативних індустріях, дизайні, креативному туризмі, аудіовізуальному виробництві та ІТ-послугах. Важливим елементом виступає запровадження постійно діючого координаційного механізму на рівні центральних органів влади, що забезпечуватиме міжвідомчу узгодженість рішень, зниження транзакційних витрат для суб'єктів ринку та формування єдиного інституційного «правила гри».

Суттєвим компонентом авторської моделі є розвиток інституційних платформ і мережевих форм взаємодії між державою, бізнесом, науково-освітнім середовищем та громадянським суспільством. У цьому контексті інституційні платформи розглядаються не лише як організаційні структури, а як механізми координації знань, ресурсів і інноваційних ініціатив. Автор обґрунтовує доцільність формування міжгалузевих креативних кластерів, які поєднують креативні ІТ-компанії, митців, дизайнерів, інженерів і виробничі підприємства, інтегруючи їх у регіональні стратегії smart-спеціалізації. Такі кластери виконують роль катализатора інновацій, сприяють диверсифікації регіональних економік і посиленню їхньої конкурентоспроможності.

Центральне місце в запропонованій моделі відведено управлінню людським і креативним капіталом як ключовим ресурсом розвитку креативних індустрій. Автор виходить з того, що саме людський чинник визначає здатність сектору до інновацій, масштабування та інтеграції у глобальні ринки. У зв'язку з цим обґрунтовується необхідність системних інвестицій у розвиток креативних компетенцій через гнучкі освітні програми, міждисциплінарну підготовку, практикоорієнтовані магістерські курси, а також програми менторства та стажування у креативному бізнесі. Авторська пропозиція також передбачає впровадження цільових грантів на здобуття креативних навичок, програм міжнародної мобільності та інституційних механізмів утримання і повернення

талантів, що є критично важливим в умовах воєнних і післявоєнних міграційних процесів.

Окремим блоком авторської моделі визначено цифровізацію та розвиток інноваційної інфраструктури креативних індустрій. Цифрова трансформація розглядається як передумова глобальної конкурентоспроможності креативного сектору та його інтеграції у міжнародні ланцюги створення доданої вартості. Запропонована модель передбачає розвиток цифрових сервісів для креативних підприємств, зокрема електронних платформ взаємодії з державою, онлайн-інструментів комерціалізації продуктів і захисту прав інтелектуальної власності, а також стимулювання досліджень і розробок у сфері CreaTech, включаючи технології доповненої та віртуальної реальності, інтерактивного та мультимедійного контенту. Доступ до цифрових технологій і аналітичних інструментів розглядається як ключова умова підвищення продуктивності та масштабування бізнес-моделей креативних індустрій.

Завершальним елементом авторської моделі є міжгалузєва інтеграція креативних індустрій з технологічними, туристичними, освітніми та виробничими секторами економіки. Розвиток кроссекторальних проєктів дозволяє посилити синергетичний ефект використання ресурсів, підвищити додану вартість продуктів і послуг та сприяти диверсифікації регіональних економік. У межах авторського підходу креативні індустрії розглядаються як інституційні «брокери інновацій», здатні поєднувати різні галузі та формувати нові ринки в умовах структурних трансформацій.

Запропонована авторська модель орієнтована на формування цілісного інституційного поля розвитку креативних індустрій - від стратегічного планування до реалізації конкретних проєктів - із залученням державних і недержавних активів та застосуванням гнучких фінансових, адміністративних і цифрових механізмів. Такий підхід забезпечує баланс між довгостроковими цілями розвитку та адаптивністю до швидких змін у креативному секторі, що є

критично важливим у контексті післявоєнного відновлення та стійкого розвитку економіки України.

Для кількісного оцінювання розвитку креативних індустрій використано оптимізований креативний контур, сформований на основі КВЕД-2010 та узгоджений з можливостями офіційної статистики ДССУ. До базового ядра включено види діяльності, у яких домінує створення нематеріальної доданої вартості та інтелектуально-креативний компонент (видавнича діяльність, аудіовізуальні та цифрові індустрії, реклама, дизайн, архітектура, культурно-мистецька діяльність). Види діяльності з переважно промисловою або матеріальною складовою розглянуто виключно в межах розширеного описового аналізу та не включено до базових кількісних розрахунків.

На основі офіційних статистичних даних ДССУ за 2015–2024 рр. розраховано систему інтенсивних показників розвитку креативних індустрій, що характеризують продуктивність праці, інвестиційну активність, інтенсивність витрат на людський капітал та структурні особливості підприємництва (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Інтенсивні показники розвитку креативних індустрій України

Рік	LPt, тис. грн/особу	KIt, тис. грн/особу	HCt, тис. грн/особу	EDt, осіб/п-во
2015	450,6	12,95	49,3	1,77
2019	860,9	27,61	80,2	1,61
2020	982,0	21,37	88,3	1,47
2021	1159,6	26,38	89,2	1,43
2022	527,8	13,79	101,7	1,32
2023	689,8	23,07	136,4	0,48
2024	756,5	19,74	184,3	1,30
2024 р. в % до				
2015 р.	167,9	152,4	373,8	73,4
2023 р.	109,7	85,6	135,1	270,8

Джерело: розраховано на основі даних Державної служби статистики України

Наведені в таблиці інтенсивні показники дають змогу комплексно оцінити динаміку результативності, інвестиційної активності, людського капіталу та структурних змін у креативних індустріях України у 2015–2024 рр. Їх аналіз свідчить про наявність як довгострокових позитивних трендів, так і суттєвих деформацій, зумовлених кризовими шоками та інституційними зрушеннями.

Показник продуктивності праці (LPt) у довгостроковій динаміці демонструє істотне зростання: у 2024 р. він перевищив рівень 2015 р. на 67,9 %. Це свідчить про підвищення економічної віддачі праці в креативному секторі, зокрема за рахунок зростання ролі нематеріальних активів, цифрових послуг і знаннєвих компонентів у структурі реалізації. Водночас різке падіння продуктивності у 2022 р. (до 527,8 тис. грн/особу) відображає безпосередній вплив повномасштабної війни - скорочення ринків збуту, порушення логістики та вимушену релокацію бізнесу. Подальше зростання у 2023–2024 рр. засвідчує адаптаційний потенціал креативних індустрій і поступове відновлення операційної ефективності.

Інвестиційна інтенсивність (KIt) має більш нестабільну динаміку. У 2024 р. капітальні інвестиції на одного зайнятого перевищили рівень 2015 р. на 52,4 %, що загалом вказує на процеси оновлення матеріально-технічної бази та інфраструктури. Разом з тим порівняно з 2023 р. показник знизився до 85,6 %, що відображає збереження високих інвестиційних ризиків, обмежений доступ до фінансування та стриману інвестиційну поведінку бізнесу в умовах воєнної невизначеності. Це підтверджує, що інвестиційна складова розвитку креативних індустрій залишається найбільш вразливою до інституційних і макроекономічних чинників.

Найбільш виразну позитивну динаміку демонструє показник інтенсивності витрат на людський капітал (HCt). У 2024 р. витрати на утримання персоналу в розрахунку на одного зайнятого зросли у 3,7 раза порівняно з 2015 р. та на 35,1 % порівняно з 2023 р. Така динаміка свідчить про зростання цінності людського капіталу в креативних індустріях, підвищення витрат на утримання кваліфікованих кадрів, а також про кадровий дефіцит і конкуренцію за фахівців у високопродуктивних сегментах сектору. Водночас це може сигналізувати про зростання витратного тиску на бізнес і потребу в інституційній підтримці розвитку людського капіталу.

Структурні зміни в організації бізнесу відображає показник середнього розміру підприємства (EDt). Його зниження з 1,77 осіб на підприємство у 2015 р. до 1,30 осіб у 2024 р. свідчить про подрібнення бізнес-структур і поширення

мікропідприємницьких форм. Особливо показовим є різкий спад у 2023 р. (до 0,48 осіб/п-во), що вказує на масову реєстрацію малих суб'єктів, фрилансерів і самозайнятих осіб у відповідь на кризові умови. У 2024 р. часткове відновлення показника свідчить про поступову стабілізацію організаційної структури сектору, хоча тренд на дрібномасштабність зберігається.

Результати аналізу інтенсивних показників підтверджують, що розвиток креативних індустрій України у 2015–2024 рр. характеризується поєднанням зростання продуктивності та ролі людського капіталу з високою чутливістю до інституційних і воєнних шоків. Це обґрунтовує необхідність удосконалення інституційного середовища розвитку креативних індустрій, зокрема в частині інвестиційної підтримки, стимулювання укрупнення життєздатних бізнес-структур і формування політики розвитку людського капіталу як ключового драйвера стійкості та конкурентоспроможності сектору.

Для агрегування різновимірних показників застосовано інтегральний індекс розвитку креативних індустрій, сформований шляхом нормалізації та зважування субіндексів масштабу, результативності, інвестиційної та кадрової спроможності сектору, який розраховувався за наступною формулою:

$$CI_t^{DSSU} = 0.25 \cdot Scale_t + 0.25 \cdot Perf_t + 0.25 \cdot Inv_t + 0.25 \cdot Human_t \quad (3.1)$$

Отримані результати дозволяють кількісно оцінити вплив інституційних трансформацій та воєнних шоків на динаміку креативної економіки України (рис.3.1).

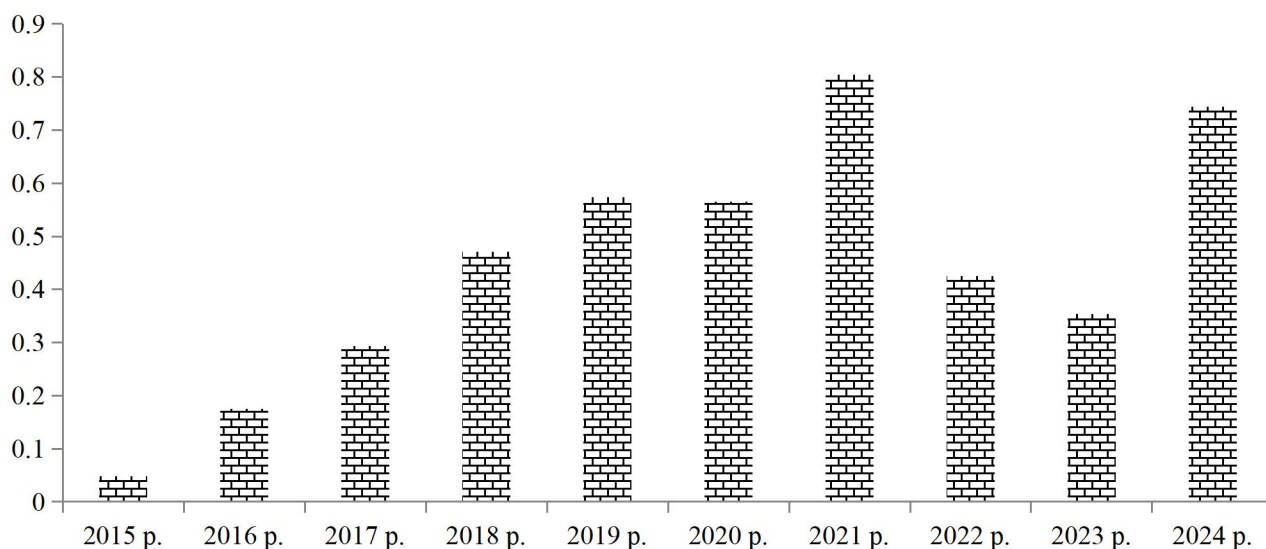


Рис.3.1 Динаміка інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України

Джерело: власна розробка автора

Наведена на рис. 3.1. динаміка інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України відображає еволюцію сектора у 2015–2024 рр. під впливом інституційних трансформацій, макроекономічних коливань і воєнних шоків. Загалом траєкторія індексу має хвилеподібний характер, що свідчить про високу чутливість креативних індустрій до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, але водночас підтверджує їхню адаптивність і потенціал до відновлення.

У 2015–2018 рр. спостерігається стійка висхідна динаміка інтегрального індексу - з мінімального значення близько 0,05 у 2015 р. до майже 0,47 у 2018 р. Це відображає фазу структурного становлення та поступового інституційного зміцнення креативних індустрій, зростання зайнятості, обсягів реалізації та інвестиційної активності, а також підвищення продуктивності праці. У цей період сектор розвивався переважно за рахунок розширення цифрових і знанневих сегментів, що позитивно впливало на інтегральну оцінку.

У 2019–2020 рр. індекс досягає рівня близько 0,56–0,57, що свідчить про збереження загальної позитивної тенденції, однак із певним уповільненням темпів зростання. Це може бути пов'язано з посиленням зовнішніх ризиків і обмежень, зокрема впливом пандемії COVID-19, яка стримувала інвестиційну активність і трансформувала структуру попиту на креативні продукти та послуги. Попри це,

сектор продемонстрував достатню стійкість, що дозволило уникнути різкого падіння інтегрального показника.

Пікове значення інтегрального індексу зафіксовано у 2021 р. (понад 0,80), що відображає найвищий за досліджуваний період рівень результативності, інвестиційної та кадрової спроможності креативних індустрій. Цей рік можна розглядати як умовну «точку максимуму» довоєнного розвитку, коли поєднання сприятливих інституційних умов, зростаючого попиту та активного залучення людського капіталу забезпечило комплексне підсилення всіх складових інтегрального індексу.

Різне зниження індексу у 2022–2023 рр. (до 0,42 у 2022 р. та близько 0,35 у 2023 р.) відображає масштабний негативний вплив повномасштабної війни. Скорочення обсягів реалізації, падіння інвестицій, порушення виробничо-логістичних ланцюгів і трансформація ринку праці зумовили суттєве погіршення більшості складових індексу. Водночас сам факт збереження значень індексу на рівні, істотно вищому за початкові роки періоду, свідчить про відносну резильєнтність КІ та їх здатність адаптуватися до екстремальних умов.

У 2024 р. спостерігається відновлювальна динаміка інтегрального індексу - його значення зростає до близько 0,74, що майже відповідає довоєнному рівню 2021 р. Це свідчить про активізацію економічної діяльності у креативному секторі, часткове відновлення інвестиційної активності та посилення ролі людського капіталу. Така динаміка підтверджує, що креативні індустрії здатні виступати одним із драйверів післякризового та післявоєнного відновлення економіки за умови належної інституційної підтримки.

У зв'язку з цим доцільним є здійснення прогностичних розрахунків інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України до 2030 року з використанням авторської моделі CI^{DSSU} , побудованої на основі офіційних статистичних даних ДССУ (рис.3.2). Прогнозування здійснювалося поетапно. На першому етапі за допомогою методів лінійної трендової екстраполяції було отримано прогностичні значення первинних статистичних показників, що формують структуру інтегрального індексу, зокрема зайнятості, кількості підприємств,

обсягів реалізації продукції та послуг, капітальних інвестицій і витрат на утримання персоналу. На другому етапі на основі прогнозних значень первинних показників було розраховано інтенсивні індикатори (продуктивність праці, інвестиційна інтенсивність, інтенсивність використання людського капіталу), які надалі нормалізовано з використанням методу min–max. На третьому етапі виконано агрегування нормалізованих показників у відповідні субіндекси та інтегральний індекс CI^{DSSU} за умов рівновагового зважування складових.

Застосований підхід дозволяє оцінити інерційно-відновлювальну траєкторію розвитку креативних індустрій за умов збереження наявних структурних співвідношень між зайнятістю, інвестиційною активністю, результативністю діяльності та інтенсивністю використання людського капіталу. Обрані методи прогнозування забезпечують узгодженість прогнозних оцінок з фактичною динамікою показників та відповідають цілям стратегічного аналізу довгострокового розвитку креативного сектору.

Прогнозування дозволяє оцінити потенційну траєкторію відновлення та зростання сектора за умов збереження виявлених трендів зайнятості, інвестиційної активності, результативності діяльності та інтенсивності використання людського капіталу.

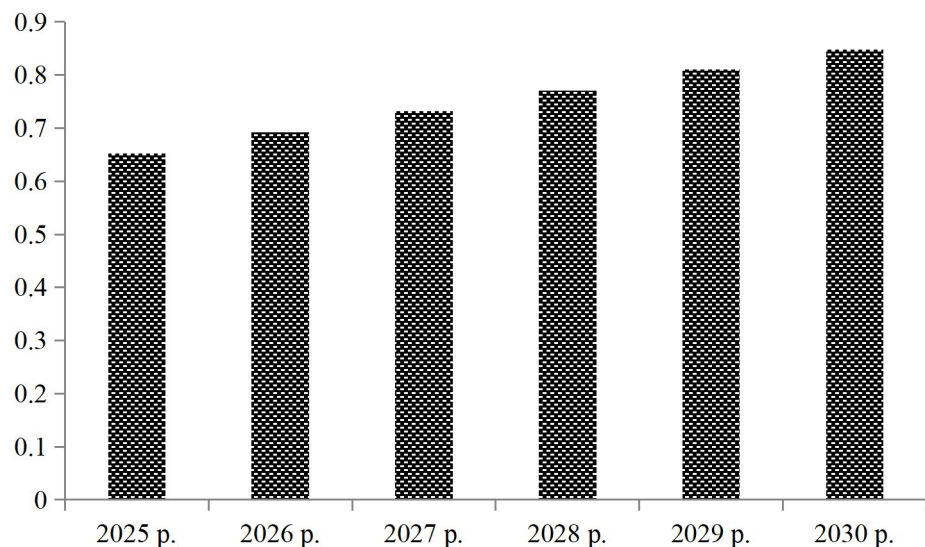


Рис.3.2 .Динаміка прогнозних значень інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України

Джерело: розрахунки автора

Прогнозна динаміка інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України, представлена на рис. 3.2, відображає інерційно-відновлювальний сценарій розвитку сектора у середньостроковій перспективі до 2030 року. Отримані розрахунки свідчать про стійку висхідну траєкторію інтегрального індексу - від рівня близько 0,65 у 2025 р. до 0,85 у 2030 р., що підтверджує потенціал креативних індустрій до поступового відновлення та подальшого зростання після кризових потрясінь попередніх років.

Прогнозоване зростання індексу у 2025–2026 рр. має помірний характер і відображає фазу стабілізації функціонування креативного сектору в умовах збереження інституційних та безпекових обмежень. На цьому етапі ключову роль відіграють адаптаційні механізми бізнесу, зокрема реструктуризація діяльності, оптимізація витрат та утримання кадрового потенціалу, що забезпечує поступове нарощування результативності без різких стрибків інтегрального показника.

Починаючи з 2027 р., прогнозна динаміка набуває більш вираженого зростального характеру, що свідчить про перехід креативних індустрій до фази стійкого розвитку. Це пов'язано з очікуваним відновленням інвестиційної активності, розширенням ринків збуту та зростанням продуктивності праці, а також із посиленням ролі людського капіталу як ключового чинника конкурентоспроможності сектора. У 2028–2030 рр. інтегральний індекс стабільно зростає, наближаючись до значень, що перевищують середньодовоєнний рівень, що може розглядатися як індикатор формування нової траєкторії розвитку креативної економіки.

Досягнення прогнозного рівня індексу близько 0,85 у 2030 р. свідчить про можливість відновлення та якісного оновлення креативних індустрій України за умови збереження позитивних тенденцій у зайнятості, інвестиційній спроможності та результативності діяльності підприємств. Водночас слід наголосити, що реалізація такого сценарію значною мірою залежить від ефективності державної політики та інституційного середовища, зокрема від доступу до фінансових ресурсів, підтримки людського капіталу та інтеграції

креативних індустрій у стратегію післявоєнного соціально-економічного відновлення.

Прогнозна динаміка інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України підтверджує доцільність розгляду цього сектора як одного з драйверів довгострокового економічного зростання та структурної модернізації, а результати прогнозу створюють підґрунтя для формування стратегічних орієнтирів удосконалення інституційного середовища розвитку креативних індустрій до 2030 року. Доцільним є ухвалення оновленої Національної стратегії розвитку креативних індустрій, у межах якої цей сектор має бути чітко ідентифікований як самостійний і структурно значущий напрям економічної політики держави, а не лише як складова культурної сфери. Така стратегія повинна містити чітко визначені кількісні та якісні цільові орієнтири, зокрема щодо зростання валової доданої вартості, експорту креативних товарів і послуг, рівня зайнятості та продуктивності праці, а також визначати часові горизонти досягнення цих цілей. Важливим елементом стратегії має стати узгодження інструментів підтримки креативних індустрій із загальнонаціональними пріоритетами інноваційного розвитку, цифрової трансформації та післявоєнного економічного відновлення.

Ключовим інституційним кроком у реалізації стратегічних завдань доцільно вважати створення постійно діючого координаційного органу на рівні Кабінету Міністрів України із залученням представників центральних органів виконавчої влади у сферах культури, економіки, освіти та цифрової трансформації. Такий орган має виконувати функції міжвідомчої координації, моніторингу реалізації стратегії та оцінювання результативності державної політики у сфері креативних індустрій, зокрема на основі системи індикаторів і інтегральних оцінок. Запровадження єдиного координаційного центру дозволить знизити фрагментарність управлінських рішень, підвищити узгодженість програм підтримки та мінімізувати інституційні бар'єри для суб'єктів креативного підприємництва.

Паралельно потребує суттєвого вдосконалення нормативно-правова база розвитку креативних індустрій. Передусім йдеться про актуалізацію класифікації видів економічної діяльності з урахуванням нових форм креативних, цифрових і гібридних послуг, що дозволить підвищити точність статистичного обліку, удосконалити аналітичне забезпечення державної політики та забезпечити цільовий характер інструментів підтримки. Важливим напрямом є також запровадження стимулюючих податкових режимів для інноваційних культурно-креативних стартапів, зокрема на початкових етапах їх розвитку, що сприятиме зниженню фінансових ризиків і активізації підприємницької діяльності в секторі.

Окремої уваги потребує посилення механізмів захисту прав інтелектуальної власності як ключового інституційного чинника інвестиційної привабливості креативних індустрій. Ефективна система правового захисту результатів творчої діяльності є необхідною умовою залучення приватних інвестицій, розвитку експортного потенціалу та інтеграції українських креативних компаній у міжнародні ринки. У цьому контексті актуальним залишається якнайшвидше ухвалення та практична імплементація законодавчих ініціатив, спрямованих на комплексну підтримку культури, туризму та креативних індустрій, що дозволить сформувати цілісне й передбачуване інституційне середовище для довгострокового розвитку цього сектора економіки.

Удосконалення регіонального управління розвитком креативних індустрій потребує їх системної інтеграції до регіональних стратегій розвитку та стратегій смарт-спеціалізації, що формуються на рівні областей і територіальних громад (табл.3.3). Креативні індустрії доцільно розглядати не як допоміжний культурний елемент, а як потенційний фактор економічної диверсифікації регіонів, здатний підсилювати інноваційність, зайнятість і підприємницьку активність. У межах регіональних стратегій розвитку це передбачає визначення креативних індустрій як пріоритетного або комплементарного напрямку смарт-спеціалізації з урахуванням локальних ресурсів, історико-культурної спадщини, людського капіталу та наявної виробничої інфраструктури.

Важливим інструментом реалізації такого підходу є вдосконалення механізмів фінансування регіональних креативних кластерів. Доцільним є формування спеціалізованих фінансових інструментів на зразок регіональних фондів розвитку або програм співфінансування, орієнтованих на підтримку кластерних ініціатив у сфері дизайну, аудіовізуального виробництва, архітектури, цифрових та культурно-туристичних послуг. Запровадження таких механізмів дозволить підвищити концентрацію ресурсів, забезпечити сталість функціонування креативних кластерів та посилити їх інтеграцію в регіональні економічні екосистеми, що відповідає підходам, поширеним у європейській практиці регіонального розвитку.

Окремої уваги потребує підтримка створення та розвитку культурних хабів і творчих майстерень в обласних центрах і великих громадах. Такі простори можуть виконувати функції локальних осередків креативного підприємництва, професійної комунікації та трансферу знань. Підтримка коворкінгів для дизайнерів, звукозаписних студій, кіностудій, медіалабораторій та інших форм спільної інфраструктури сприятиме зниженню бар'єрів входу на ринок для малих креативних підприємств і самозайнятих осіб, а також стимулюватиме міжгалузеву взаємодію в межах регіонів.

Таблиця 3.3

Інституційні напрями вдосконалення регіонального управління розвитком креативних індустрій України в контексті smart-спеціалізації

Напрямок регіональної політики	Ключові управлінські заходи	Інституційні інструменти реалізації	Очікуваний ефект для регіону	Вплив на компоненти CID ^{SSU}
Інтеграція у стратегії smart-спеціалізації	Включення креативних індустрій до регіональних стратегій розвитку та програм ОДА як пріоритетного або комплементарного напрямку	Регіональні стратегії розвитку; стратегії smart-спеціалізації; програмно-цільове бюджетування	Диверсифікація економічної структури регіонів; зростання підприємницької активності	Scale, Perf
Фінансування креативних кластерів	Формування спеціалізованих механізмів фінансування кластерних ініціатив у сфері дизайну, аудіовізуального виробництва, цифрових і культурно-туристичних послуг	Регіональні фонди розвитку; програми співфінансування; інвестиційні гранти	Концентрація ресурсів; підвищення інвестиційної спроможності регіонів	Inv
Розвиток креативної інфраструктури	Створення та підтримка культурних хабів, творчих майстерень, коворкінгів, студій звукозапису й кіновиробництва	Комунальна інфраструктура; державно-приватне партнерство; грантові програми	Зниження бар'єрів входу на ринок; активізація малого креативного бізнесу	Scale, Perf
Підтримка локальних екосистем	Формування локальних креативних екосистем з урахуванням культурних, історичних і кадрових особливостей регіону	Кластерні платформи; публічно-приватні партнерства; локальні програми підтримки	Посилення регіональної ідентичності; зростання доданої вартості на місцях	Perf
Комунікація влади та креативного сектору	Проведення регулярних форумів, стратегічних сесій, консультацій і навчальних програм за участі місцевої влади та бізнесу	Регіональні консультаційні ради; освітні платформи; публічні обговорення	Краще врахування потреб сектору; підвищення якості управлінських рішень	Human, Scale
Розвиток людського капіталу на регіональному рівні	Підтримка освітніх програм, стажувань і професійного розвитку у сфері креативних індустрій	Освітні субвенції; регіональні програми підготовки кадрів	Утримання талантів у регіонах; зниження трудової міграції	Human

Джерело: власна розробка автора

Важливим елементом регіональної політики має стати розвиток інституційних механізмів комунікації між органами місцевої влади та суб'єктами креативних індустрій. Регулярне проведення навчальних програм, стратегічних сесій, форумів і консультаційних заходів за участі представників місцевої влади, бізнесу, освітніх і культурних інституцій дозволить більш точно ідентифікувати потреби креативного сектору в кожному регіоні, адаптувати інструменти підтримки до локальних умов та підвищити ефективність реалізації регіональних стратегій розвитку.

Інтеграція креативних індустрій у регіональне управління та стратегії smart-спеціалізації сприятиме посиленню економічної стійкості регіонів, диверсифікації їх економічної структури та формуванню інноваційно орієнтованих локальних екосистем, що є особливо важливим у контексті післявоєнного відновлення та довгострокового розвитку України.

Підвищення ефективності розвитку креативних індустрій потребує системного заохочення партнерств між креативним сектором, технологічним бізнесом і традиційними галузями промисловості. Такі партнерства доцільно розглядати як інституційний механізм формування доданої вартості на стику різних сфер діяльності, де креативні компетенції виконують роль каталізатора інноваційних процесів. Особливо перспективними є проекти, що поєднують творчі підходи з цифровими технологіями, зокрема у сферах ІТ-дизайну, гейміфікації, віртуальної та доповненої реальності в освіті, культурі й маркетингу, що дозволяє розширювати функціональність продуктів і підвищувати їх ринкову привабливість.

Важливим напрямом міжсекторальної координації є розвиток культурно-туристичних ініціатив, заснованих на використанні креативних продуктів у поєднанні з місцевими ресурсами та технологіями. Йдеться про підтримку подієвих форматів, фестивалів, інтерактивних виставок, квест-турів з історичною та культурною тематикою, які сприяють розвитку внутрішнього туризму, підвищенню туристичної привабливості регіонів і створенню додаткових робочих місць. Такі проекти формують мультиплікативний ефект, залучаючи до співпраці

суб'єктів креативних індустрій, туристичного бізнесу, сфери послуг та органів місцевого самоврядування.

Для інституційного закріплення міжсекторальної взаємодії доцільним є запровадження спеціалізованих кроссекторальних програм і грантових конкурсів, орієнтованих на спільні проекти підприємців, митців та IT-розробників. За зразком європейських підходів, такі програми можуть передбачати співфінансування, експертний супровід і вимоги до партнерського складу проєктів, що стимулюватиме кооперацію між різними секторами та зменшуватиме інституційні бар'єри для інновацій. Запровадження подібних механізмів сприятиме формуванню стійких мереж взаємодії та підвищенню інноваційної спроможності креативного сектору.

Окремого значення набуває налагодження системної співпраці між суб'єктами креативних індустрій, науковими інституціями та організаціями громадянського суспільства. Участь університетів і дослідницьких центрів у кроссекторальних проєктах дозволяє інтегрувати наукові розробки, освітні програми та дослідницький потенціал у практику креативного підприємництва, тоді як взаємодія з неурядовими організаціями сприяє врахуванню соціальних, культурних і інклюзивних аспектів розвитку. Такий формат співпраці відповідає логіці моделі «квадрупельної спіралі», у межах якої поєднання зусиль держави, бізнесу, науки та громадськості створює додаткову економічну й суспільну цінність.

Розвиток міжсекторальної координації у сфері креативних індустрій дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів, посилити інноваційний потенціал та забезпечити синергійний ефект від взаємодії різних секторів економіки. Реалізація таких підходів є важливою передумовою формування стійкого інституційного середовища розвитку креативних індустрій і зміцнення їх ролі у довгостроковому соціально-економічному розвитку України.

Ефективний розвиток креативних індустрій значною мірою визначається якістю, мобільністю та здатністю до відтворення людського капіталу, що зумовлює необхідність формування цілеспрямованої політики стимулювання

навчання, професійного розвитку та утримання креативних талантів [118]. У цьому контексті доцільним є запровадження комплексної системи підтримки освіти за креативними спеціальностями, яка поєднувала б грантове фінансування стипендій, цільові програми підготовки кадрів і розвиток міждисциплінарних освітніх траєкторій на стику культури, цифрових технологій та підприємництва(табл.3.4). Такий підхід дозволить підвищити відповідність освітніх програм потребам ринку та сприятиме формуванню конкурентоспроможних фахівців для креативного сектору.

Таблиця 3.4

Ключові інструменти управління людським капіталом у креативних індустріях та їх вплив на інтегральний індекс CI^{DSSU}

Інструменти управління людським капіталом	Цільові групи	Очікуваний ефект	Вплив на компоненти CI ^{DSSU}
Грантова підтримка освіти за креативними спеціальностями	Студенти, молоді фахівці	Підвищення якості підготовки кадрів і професійної спроможності сектору	Human, Perf
Міжнародні стажування та професійна мобільність	Креативні підприємці, спеціалісти	Трансфер знань і практик; зростання продуктивності праці	Human, Perf
Навчання підприємницьким компетенціям	Самозайняті особи, стартапери	Формування життєздатних бізнес-моделей; зниження ризиків	Perf, Scale
Менторські програми та акселератори для стартапів	Креативні стартапи	Підвищення виживаності та масштабування бізнесу	Scale, Human
Політика інклюзії та гендерної рівності	Жінки, молодь, вразливі групи	Розширення зайнятості; соціальна стійкість сектору	Human

Джерело: власна розробка автора

Важливим елементом управління людським капіталом є підтримка міжнародної академічної та професійної мобільності. Стажування в успішних європейських компаніях, участь у міжнародних освітніх і професійних програмах, а також обміни з креативними хабами та кластерами країн ЄС сприятимуть трансферу знань, управлінських практик і інноваційних підходів до організації

креативного бізнесу. Водночас доцільно забезпечити інституційні умови для повернення та закріплення отриманого досвіду в національній економіці, зокрема через підтримку власних стартапів, проєктної діяльності та викладацької практики.

Окремої уваги потребує розвиток підприємницьких компетенцій у середовищі креативних фахівців. Навчання у сфері підприємництва, управління проєктами, фінансів і маркетингу дозволяє трансформувати творчий потенціал у економічно життєздатні бізнес-моделі. У цьому контексті доцільним є створення систем менторства та наставництва в межах акселераційних програм для креативних стартапів, що забезпечить передачу практичного досвіду від успішних підприємців і експертів, зниження ризиків на початкових етапах діяльності та підвищення виживаності новостворених підприємств.

Суттєвим інституційним завданням у сфері управління людським капіталом є забезпечення принципів гендерної рівності та інклюзії в креативних професіях. Розширення доступу жінок, молоді, осіб з інвалідністю та інших соціально вразливих груп до освіти, фінансових ресурсів і професійних можливостей у креативному секторі дозволяє повніше реалізувати наявний людський потенціал і підвищити соціальну стійкість розвитку. Інклюзивний підхід до формування кадрової політики сприяє не лише зростанню зайнятості, а й підвищенню різноманіття і креативності рішень, що є важливим чинником інноваційності креативних індустрій.

Формування ефективної системи управління людським капіталом у креативних індустріях, заснованої на поєднанні освіти, міжнародної мобільності, підприємницької підтримки та принципів інклюзії, є необхідною передумовою підвищення стійкості, конкурентоспроможності та довгострокового розвитку цього сектора економіки.

Цифрова трансформація є одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності та стійкості креативних індустрій у сучасній економіці, що зумовлює необхідність цілеспрямованого розвитку ІТ-інфраструктури та цифрових сервісів для суб'єктів цього сектору [119]. Насамперед ідеться про

впровадження цифрових інструментів взаємодії з державою та ринком, зокрема «електронних кабінетів» для культурних і креативних підприємців, які забезпечували б доступ до адміністративних послуг, грантових програм, статистичної інформації та інструментів моніторингу діяльності. Паралельно доцільним є розвиток цифрових маркетплейсів для реалізації креативних продуктів і послуг, що сприятиме розширенню ринків збуту, зниженню транзакційних витрат і підвищенню експортної спроможності креативного бізнесу.

Важливим напрямом цифрової трансформації є стимулювання досліджень і розробок у сфері креативних технологій (CreaTech), які поєднують творчі компетенції з цифровими рішеннями. До таких напрямів належать анімація, аудіовізуальне виробництво, розробка ігор, доповнена та віртуальна реальність, інтерактивні медіа, а також ІТ-програмування, яке дедалі більше інтегрується у креативні види діяльності. Підтримка R&D у цих сферах дозволяє формувати продукти з високою доданою вартістю, стимулювати інноваційну активність і посилювати позиції креативних індустрій у глобальних ланцюгах створення вартості.

Окремої уваги потребує розвиток інноваційної екосистеми для креативних стартапів. Державна політика у цій сфері має бути спрямована на формування сприятливого середовища для запуску та масштабування інноваційних проєктів через поєднання фінансових і нефінансових інструментів підтримки. Йдеться про створення спеціалізованих інвестиційних фондів, грантових програм, акселераторів і механізмів залучення приватного капіталу, зокрема бізнес-ангелів і венчурних інвесторів. Такий підхід дозволить знизити бар'єри входу для інноваційних креативних компаній і підвищити їхню здатність до комерціалізації результатів творчої та науково-дослідної діяльності.

Водночас цифрова трансформація креативних індустрій має супроводжуватися розвитком інституційних умов захисту інтелектуальної власності в цифровому середовищі, удосконаленням регуляторних механізмів і підвищенням цифрових компетенцій суб'єктів ринку. Це дозволить забезпечити довіру інвесторів і споживачів, а також мінімізувати ризики нелегального

використання креативних продуктів. У сукупності такі заходи відповідають сучасним європейським підходам до підтримки культурних і креативних секторів, орієнтованих на інновації та експорт, і створюють передумови для довгострокового зростання креативної економіки України.

Аналіз інституційного середовища розвитку креативних індустрій України, проведений на основі авторського інтегрального індексу $CIDSSUCI^{\{DSSU\}}CIDSSU$, розрахованого за даними Державної служби статистики України, засвідчив, що креативні індустрії сформувалися як економічно значущий сектор з провідною роллю людського капіталу та результативності діяльності. Водночас їх розвиток характеризується підвищеною чутливістю до інституційних, макроекономічних і воєнних чинників. Динаміка інтегрального індексу відображає фази прискореного зростання у довоєнний період, різкого спаду у 2022–2023 рр. та відновлювальної тенденції у 2024 р., що свідчить про здатність креативного сектору до адаптації за умов кризових потрясінь і водночас виявляє структурні дисбаланси між окремими складовими його розвитку.

Прогнозні розрахунки інтегрального індексу CI^{DSSU} до 2030 року вказують на можливість відновлення та подальшого зростання креативних індустрій за інерційно-відновлювальним сценарієм, що дозволяє розглядати цей сектор як один із драйверів довгострокового економічного зростання та структурної модернізації економіки України. Реалізація прогнозного потенціалу значною мірою залежить від якості інституційного середовища, узгодженості державної політики та спроможності регіональних і міжсекторальних механізмів управління забезпечити стабільні умови розвитку.

Ключовими напрямками удосконалення інституційного середовища розвитку креативних індустрій визначено формування цілісної державної стратегії з чітким економічним позиціонуванням сектора, інтеграцію креативних індустрій у регіональні стратегії smart-спеціалізації, розвиток міжсекторальної координації між креативним, технологічним і промисловим секторами, посилення системи управління людським капіталом, а також прискорення цифрової трансформації та

інноваційної діяльності. Реалізація зазначених напрямів сприятиме зниженню волатильності інтегрального індексу, підвищенню інвестиційної та кадрової стійкості креативного сектору і створенню передумов для його інтеграції в національну модель післявоєнного відновлення.

Креативні індустрії за умови інституційного вдосконалення здатні виконувати системоутворюючу функцію в економіці України, сприяючи зростанню доданої вартості, розвитку людського капіталу та підвищенню конкурентоспроможності країни в довгостроковій перспективі.

3.2. Система економічних та управлінських інструментів розвитку креативних індустрій

Розвиток креативних індустрій вимагає формування цілісної, інституційно узгодженої системи спеціалізованих інструментів, що охоплює фінансові, нормативно-правові, управлінські та інфраструктурні компоненти й реалізується у взаємозв'язку між національним і регіональним рівнями. Ефективність такої системи визначається не лише наявністю окремих механізмів підтримки, а передусім їх комплементарністю, стабільністю та здатністю створювати передбачуване середовище для творчої та підприємницької діяльності.

У міжнародній практиці розвиток креативних індустрій забезпечується через поєднання прямих і непрямих інструментів державної та квазідержавної підтримки [120]. До них належать грантові програми для стимулювання інновацій і стартапів, пільгові кредитні та гарантійні механізми для зниження фінансових бар'єрів входу на ринок, спеціальні податкові режими для креативного бізнесу, а також інвестиції у розвиток людського капіталу через освітні та менторські програми. Важливу роль відіграють інституційні заходи зі створення та підтримки креативних кластерів, хабів і мережевих платформ, які сприяють кооперації, трансферу знань і масштабуванню творчих проєктів.

Окремим елементом є розвинена система захисту прав інтелектуальної власності та контрактних відносин, що забезпечує економічну мотивацію для

творчої діяльності та комерціалізації результатів креативної праці [121]. У сукупності зазначені інструменти формують сприятливе інституційне середовище, здатне не лише підтримувати окремі ініціативи, а й забезпечувати довгострокову стійкість, конкурентоспроможність і інтеграцію креативних індустрій у ширшу модель соціально-економічного розвитку.

Міжнародний досвід засвідчує, що креативні індустрії дедалі частіше розглядаються як стратегічний сегмент сучасної економіки, здатний генерувати додану вартість, зайнятість і інновації. У країнах Європейського Союзу сформовано комплексну модель підтримки креативних індустрій, яка поєднує фінансові, інституційні та нормативно-правові інструменти. Ключовим елементом цієї моделі є програма Creative Europe, що з 2014 року забезпечує грантове фінансування проєктів у культурному та медійному секторах, а також впроваджує фінансові механізми зниження ризиків для бізнесу [122]. Створення спеціального гарантійного фонду для культурно-креативних секторів дозволило мобілізувати значні обсяги кредитних ресурсів для малих і середніх підприємств, підвищивши зацікавленість фінансових установ у роботі з креативним бізнесом. Поряд із цим Європейський Союз активно інвестує у науково-дослідну та інноваційну діяльність через програми Horizon 2020 і Horizon Europe, а також розширює доступ творчих стартапів до інвестиційних ресурсів у межах InvestEU [123]. Важливе значення має й нормативне забезпечення, зокрема гармонізація законодавства у сфері авторського права, аудіовізуальних послуг і цифрових ринків, що створює передбачуване правове середовище для розвитку креативного підприємництва. Інституційна складова доповнюється системним статистичним моніторингом, програмами розвитку людського капіталу, освітніми та обмінними ініціативами, а також підтримкою креативних хабів і кластерів, що сприяють мережевій взаємодії та трансферу знань. Значні ресурси спрямовуються і на розвиток культурно-креативної інфраструктури через регіональні фонди ЄС.

У Великій Британії креативні індустрії посідають особливе місце в економічній політиці та розглядаються як один із ключових драйверів структурного зростання [124]. Високі показники зайнятості та внеску у валовий

внутрішній продукт стали підґрунтям для реалізації довгострокового Плану сектору креативних індустрій на 2025–2035 роки. Державна підтримка в цій країні поєднує фінансування досліджень і розробок, розвиток національної мережі креативних кластерів, стимулювання локальних творчих ініціатив та активне просування експорту креативних товарів і послуг. Вагому роль відіграють фінансові інструменти, що реалізуються через спеціалізовані установи та податкові стимули, зокрема податкові кредити для кіноіндустрії, ігрового сектору та інноваційної діяльності. Управлінський вимір доповнюється програмами розвитку талантів, акселераторами та інкубаторами, а також мережами підтримки стартапів, що формують цілісну екосистему креативного підприємництва. Регуляторна політика Великої Британії зосереджена на посиленні захисту інтелектуальної власності та створенні умов для комерціалізації творчих результатів.

Американська модель підтримки креативних індустрій істотно відрізняється від європейських підходів відсутністю єдиної централізованої стратегії [125]. У Сполучених Штатах підтримка творчих секторів здійснюється через поєднання загальнокультурних програм, галузевих ініціатив і ринкових механізмів. Важливу роль відіграють федеральні інституції, зокрема Національний фонд підтримки мистецтв, який фінансує малі та середні творчі проекти і стимулює розвиток локальних культурних ініціатив. На рівні штатів широко застосовуються податкові кредити для кіно- та ігрової індустрій, що сприяє територіальній концентрації креативної діяльності. Підприємці у творчих галузях також отримують підтримку через програми для малого бізнесу, бізнес-інкубатори та освітні сервіси. Значний внесок сектору мистецтва і культури у валовий внутрішній продукт США підтверджує економічну вагомість креативної економіки, однак ключову роль у її розвитку відіграють приватні інвестори, венчурні фонди та неурядові організації. Загалом американська модель базується на домінуванні ринкових стимулів і партнерств публічного та приватного секторів, тоді як пряма державна підтримка має більш децентралізований і фрагментований характер порівняно з європейською практикою. Таким чином, порівняння

європейської та американської моделей свідчить, що ефективність підтримки креативних індустрій значною мірою залежить від узгодженості інституційних рішень, доступу до фінансових ресурсів і наявності довгострокових стимулів розвитку. Відмінності між централізованими та ринково орієнтованими підходами створюють корисне методологічне підґрунтя для оцінювання національних практик і виявлення їхніх структурних обмежень.

Попри наявність окремих елементів інституційної та фінансової підтримки, система розвитку креативних індустрій в Україні наразі залишається нестабільною та структурно розпорошеною [126]. Ключовою проблемою є внутрішня суперечливість державної політики: з одного боку, креативний сектор декларується як пріоритетний напрям національного розвитку, що відображено у стратегічних документах і нормативних актах, з іншого – обсяги реального фінансового та організаційного забезпечення цієї сфери є обмеженими й не відповідають задекларованим цілям. У наукових дослідженнях неодноразово підкреслюється фрагментарний і непослідовний характер культурної політики, що ускладнює формування сталої системи підтримки креативних ініціатив і знижує ефективність уже наявних інструментів.

Суттєвим стримувальним чинником виступає відсутність чіткої міжвідомчої координації. Недостатня узгодженість дій між органами, відповідальними за культурну, економічну та цифрову політику, призводить до дублювання функцій, розпорошення ресурсів і втрати синергійного ефекту. Аналогічні проблеми спостерігаються і на регіональному рівні, де повноваження з підтримки креативних індустрій розподілені між різними структурними підрозділами органів влади, що унеможлиблює концентрацію зусиль і знижує керованість реалізації програм.

Фінансові та інфраструктурні обмеження також мають системний характер. Переважна більшість грантових програм відзначається невеликими обсягами фінансування та одноразовим форматом, що не дозволяє підприємцям і творчим командам планувати діяльність у довгостроковій перспективі. Доступ до міжнародних фінансових ресурсів ускладнюється складними бюрократичними

процедурами, браком досвіду підготовки проєктів і відсутністю спеціалізованих інструментів фінансування, таких як кредитні або інвестиційні лінії, орієнтовані саме на креативні стартапи. У результаті формується ситуація хронічного недофінансування та дефіциту ефективних механізмів підтримки культурно-креативного сектору.

Регуляторно-правове середовище також характеризується наявністю істотних прогалин. Хоча поняття креативних індустрій формально закріплене в нормативних документах, відсутня комплексна і послідовна стратегія їх розвитку, підкріплена конкретними інструментами реалізації [127]. Не сформовано спеціальних податкових чи адміністративних стимулів для креативного бізнесу, що суттєво відрізняє українську практику від підходів, поширених у більшості розвинених країн. Додатковою проблемою є низький рівень довіри з боку підприємців до державних інституцій, що проявляється у складності процедур доступу до програм підтримки, непрозорості вимог і затримках із наданням фінансування.

Ситуація ускладнилася внаслідок воєнних дій, які завдали значних втрат матеріальній базі креативних індустрій і змусили багато студій, майстерень та творчих центрів змінити профіль діяльності або зосередитися на гуманітарних і волонтерських завданнях. Це призвело до додаткового скорочення економічного потенціалу сектору [128]. Водночас навіть за таких умов креативна спільнота продемонструвала високий рівень адаптивності: частина хабів трансформувалася у волонтерські платформи, а держава поступово залучає представників креативних індустрій до процесів відбудови через грантові програми, консультаційну підтримку та цифрові ініціативи, що також відображено у стратегічних документах у сфері культури.

Ключові проблеми розвитку системи підтримки креативних індустрій в Україні можна звести до кількох взаємопов'язаних блоків: роз'єднаності політик у сферах культури, економіки та безпеки; дисбалансу між задекларованими цілями і реальними ресурсами; інституційної фрагментації управління; а також відсутності довгострокових, системних стимулів на користь креативного бізнесу.

Подолання цих суперечностей має стати одним із пріоритетних завдань на наступних етапах удосконалення інструментальної та інституційної підтримки креативних індустрій.

На основі узагальнення міжнародного досвіду та з урахуванням актуальних соціально-економічних потреб України доцільно запропонувати модель цілісної системи економічних і управлінських інструментів розвитку креативних індустрій (табл.3.5). Запропонована модель ґрунтується на принципі взаємодоповнюваності інструментів і передбачає інтегровану дію на різних рівнях – від окремого творчого проєкту до національної креативної екосистеми. Структурно вона складається з чотирьох взаємопов'язаних компонентів, які відповідають ключовим типам інструментів підтримки: фінансовим, управлінсько-освітнім, регуляторним та інфраструктурним. Кожен із цих компонентів виконує специфічні функції та наповнюється конкретними механізмами впливу на розвиток креативного сектору.

Таблиця 3.5

Модель цілісної системи економічних і управлінських інструментів розвитку
креативних індустрій

Компонент (тип інструментів)	Ключові інструменти та механізми	Міжнародні та національні приклади	Функціональне призначення у системі
Фінансові інструменти	Гранти для стартапів і незалежних творців; пільгові кредити; гарантійні фонди; податкові пільги; страхові механізми	Гарантійний фонд для ККС ЄС; грантові та податкові програми у Великій Британії; мінігранти «Власна справа» в Україні	Зниження фінансових ризиків креативної діяльності; стимулювання інвестицій у творчі проєкти; забезпечення ліквідності та фінансової стійкості сектору
Управлінські та освітні інструменти	Професійне навчання; тренінги з креативного менеджменту; менторинг; бізнес-інкубатори; акселератори; мережі підтримки та галузеві конференції	Creative Careers Service (Велика Британія); акселератори креативних стартапів; курси креативного менеджменту в Україні; платформи Creative Hubs	Формування та розвиток людського й управлінського капіталу; підвищення якості управління проєктами; посилення мережевої взаємодії та партнерств
Регуляторні інструменти	Законодавчі та підзаконні акти;	Нормативне визначення ККІ в	Формування передбачуваного правового середовища; захист

	стандарти діяльності; механізми захисту інтелектуальної власності; податкові та адміністративні стимули	Україні; директиви ЄС з авторського права; система захисту ІВ у Великій Британії	результатів творчої праці; створення стимулів для інновацій, R&D та культурної диверсифікації
Інфраструктурні інструменти	Креативні хаби; технопарки; студії; коворкінги; культурні центри; цифрові платформи для співпраці й дистрибуції	Мережа Creative Hubs в Україні; коворкінги й технологічні лабораторії у Великій Британії; мистецькі кластери та центри креативності ЄС	Забезпечення доступу до просторових, технічних і цифрових ресурсів; формування локальних креативних екосистем; стимулювання взаємодії творчих і технологічних секторів

Джерело: власна розробка автора

Фінансовий компонент моделі зорієнтований на розширення доступу суб'єктів креативних індустрій до фінансових ресурсів і зниження інвестиційних ризиків. До нього належать грантові програми для креативних стартапів і незалежних творців, пільгові кредитні лінії, гарантійні та страхові механізми, а також податкові стимули для інноваційної та творчої діяльності. Міжнародними прикладами таких інструментів є гарантійний фонд для культурно-креативних секторів Європейського Союзу, поєднання грантової та податкової підтримки у Великій Британії, а в українських реаліях – програми мінігрантів на кшталт «Власна справа» [129].

Доцільно посилити зв'язок між фінансовими стимулами та цифровими пріоритетами розвитку креативних індустрій шляхом запровадження цільових податкових і грантових механізмів, орієнтованих на найбільш динамічні та технологічно місткі сегменти креативної економіки. Насамперед ідеться про проекти у сфері віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), цифрового дизайну, ігрової індустрії, інтерактивного медіаконтенту та культурних технологій, які характеризуються високою часткою доданої вартості, експортною орієнтацією та значним інноваційним потенціалом.

Реалізація таких стимулів може передбачати надання податкових пільг або податкових канікул для стартапів і малих підприємств, що розробляють цифрові креативні продукти, а також податкові кредити на інвестиції у дослідження,

розробки та впровадження нових технологій. Паралельно доцільно впроваджувати спеціалізовані грантові програми, спрямовані на підтримку прототипування, тестування та комерціалізації VR/AR-рішень, ігрових продуктів та цифрових сервісів у сфері культури, освіти й туризму. Такий підхід дозволяє зменшити фінансові ризики інноваційної діяльності та стимулює підприємців до освоєння нових технологічних ніш.

Посилення зв'язку між фінансовими стимулами та цифровими пріоритетами також створює передумови для активізації міжсекторної взаємодії, зокрема між креативними індустріями, ІТ-сектором та традиційними галузями економіки. Проєкти у сфері культурних технологій і цифрового контенту здатні генерувати мультиплікативний ефект, поширюючи інноваційні рішення у суміжні сфери - від освіти й креативного туризму до маркетингу територій та розвитку міських просторів. У результаті концентрація ресурсів на таких напрямках сприятиме не лише зростанню креативних індустрій, а й посиленню їх ролі як каталізатора цифрової трансформації та інноваційного розвитку економіки загалом.

Функціональне призначення цього блоку полягає у зменшенні фінансових бар'єрів входу на ринок, стимулюванні приватних інвестицій у креативні проєкти та забезпеченні фінансової стійкості й ліквідності сектору, особливо на ранніх етапах розвитку.

Управлінсько-освітній компонент спрямований на формування та відтворення людського і управлінського капіталу креативних індустрій. Він охоплює програми професійної підготовки та підвищення кваліфікації, тренінги з креативного менеджменту і підприємництва, менторські програми, мережі підтримки, бізнес-інкубатори, акселератори та галузеві конференції. Серед прикладів можна виокремити курси з креативного менеджменту в Україні, сервіс розвитку кар'єр у творчих галузях Creative Careers Service у Великій Британії, спеціалізовані стартап-акселератори та кластерні платформи на базі креативних хабів.

Інтегрована система управлінського розвитку у сфері креативних індустрій має ґрунтуватися на поєднанні креативного менеджменту, фінансового

планування та цифрового підприємництва як взаємодоповнюючих складових підвищення управлінської спроможності суб'єктів креативного сектору. Така система орієнтована на подолання однієї з ключових проблем розвитку креативних індустрій – розриву між високим творчим потенціалом і недостатнім рівнем управлінських та підприємницьких компетентностей.

Креативний менеджмент у межах інтегрованої системи передбачає формування навичок стратегічного мислення, управління креативними командами, розроблення й просування креативного продукту, а також побудови партнерських мереж. Особлива увага приділяється управлінню нематеріальними активами, брендингом і правами інтелектуальної власності, що є критично важливими для стійкого розвитку креативних підприємств. Запровадження стандартів креативного менеджменту сприяє професіоналізації сектору та зменшенню організаційних ризиків.

Фінансове планування як складова інтегрованої системи спрямоване на підвищення фінансової грамотності та прозорості діяльності креативних підприємств. Воно охоплює навички бюджетування, управління грошовими потоками, оцінювання інвестиційної привабливості проєктів, підготовки бізнес-планів і фінансових моделей, а також залучення зовнішнього фінансування. Набуття таких компетентностей дозволяє креативним підприємствам ефективніше використовувати наявні ресурси, підвищувати довіру інвесторів і зменшувати залежність від разових грантових програм.

Цифрове підприємництво забезпечує інтеграцію креативних індустрій у цифрову економіку та передбачає опанування інструментів електронної комерції, цифрового маркетингу, аналітики даних, використання платформ і маркетплейсів для дистрибуції креативного контенту. Важливим елементом є також розвиток навичок роботи з новітніми цифровими технологіями – штучним інтелектом, VR/AR-рішеннями, цифровими інструментами управління проєктами. Це розширює ринки збуту, підвищує масштабованість бізнес-моделей і конкурентоспроможність креативних підприємств.

Функціонально інтегрована система управлінського розвитку може реалізовуватися через мережу освітніх і креативних хабів, бізнес-інкубаторів та акселераційних програм у партнерстві з університетами, органами влади й приватним сектором. Такий підхід забезпечує безперервність навчання, адаптацію управлінських програм до потреб ринку та формування стійкого кадрового й підприємницького потенціалу креативних індустрій як одного з драйверів інноваційного та регіонального розвитку.

Основна функція цього компонента полягає у підвищенні професійних і управлінських компетентностей учасників сектору, покращенні якості управління проектами, розвитку підприємницького мислення, а також у стимулюванні горизонтальної взаємодії, обміну досвідом і формування довгострокових партнерських мереж.

Регуляторний компонент забезпечує формування сприятливого та передбачуваного правового середовища для функціонування креативних індустрій. До нього належать законодавчі та підзаконні акти, стандарти діяльності, норми захисту прав інтелектуальної власності, правила ліцензування та механізми державного стимулювання. Практичними прикладами є нормативне визначення видів діяльності креативних індустрій в Україні, розвинена система захисту авторського права у Великій Британії, а також європейські директиви щодо авторського права, аудіовізуальних послуг і захисту персональних даних. Функціонально цей блок покликаний встановлювати чіткі «правила гри» для учасників ринку, зменшувати правову невизначеність, створювати стимули для інноваційної та дослідницької діяльності (зокрема через податкові пільги для R&D), а також підтримувати культурну й територіальну диверсифікацію розвитку креативного сектору.

Інфраструктурний компонент моделі орієнтований на створення матеріальної та цифрової основи для розвитку креативних індустрій. Він охоплює формування мережі креативних хабів, технопарків, студій, коворкінгів, культурних центрів, а також цифрових платформ для співпраці, дистрибуції та комерціалізації креативного продукту. Прикладами є мережа Creative Hubs в

Україні, коворкінгові простори та технологічні лабораторії у Великій Британії, а також «центри креативності» й мистецькі кластери, що фінансуються за підтримки Європейського Союзу. Функція цього компонента полягає у забезпеченні творців доступом до просторових, технічних та інформаційних ресурсів, формуванні локальних креативних екосистем і стимулюванні взаємодії між творчими, технологічними та підприємницькими секторами [130].

У сукупності запропонована модель цілісної системи економічних і управлінських інструментів дозволяє перейти від фрагментарної підтримки окремих ініціатив до системного розвитку креативних індустрій, підвищуючи їхню стійкість, конкурентоспроможність і внесок у соціально-економічний розвиток України в умовах післявоєнного відновлення та євроінтеграції.

Структурно-логічна модель оцінювання розвитку креативних індустрій ґрунтується на поетапному використанні офіційних статистичних даних Державної служби статистики України та їх послідовній аналітичній трансформації. Вихідним елементом моделі є інформаційна база ДССУ, яка охоплює показники кількості підприємств креативних індустрій, чисельності зайнятих працівників, обсягів капітальних інвестицій, реалізації робіт і надання послуг, а також рівня заробітної плати. Саме ці дані формують емпіричну основу для кількісної оцінки стану та динаміки розвитку креативного сектору.

На наступному етапі на базі первинних статистичних показників здійснюється розрахунок часткових індикаторів розвитку. До них віднесено показник реалізації на одне підприємство, який відображає фінансову результативність і комерціалізацію креативної діяльності; обсяг капітальних інвестицій у розрахунку на підприємство, що характеризує інвестиційну та інфраструктурну спроможність сектору; продуктивність праці, яка відображає ефективність використання людського капіталу; а також індекс оплати праці, визначений як співвідношення середньої заробітної плати у креативних індустріях і середнього рівня по економіці.

З метою забезпечення порівнянності отриманих показників у часовому та аналітичному вимірах здійснюється їх нормалізація шляхом приведення до

безрозмірної шкали у вигляді нормалізованих індикаторів Z_1-Z_4 . Це дозволяє усунути вплив різних одиниць виміру та масштабів показників і створює підґрунтя для подальшої інтеграції результатів.

На основі нормалізованих часткових індикаторів формується інтегральний індекс розвитку креативних індустрій (ICI), який узагальнює фінансово-економічні, інвестиційні, кадрові та соціальні характеристики сектору в єдиному кількісному показнику. Значення інтегрального індексу відображає загальний рівень розвитку креативних індустрій та його динаміку в досліджуваному періоді.

Завершальним етапом структурно-логічної моделі є оцінювання ефективності економічних і управлінських інструментів розвитку креативних індустрій. Інтерпретація динаміки інтегрального індексу та внеску окремих часткових показників дає змогу ідентифікувати сильні та вразливі сторони системи підтримки, а також обґрунтувати напрями вдосконалення фінансових, управлінських, регуляторних та інфраструктурних механізмів розвитку креативної економіки на національному та регіональному рівнях.

Для кількісного обґрунтування динаміки розвитку креативних індустрій України у дослідженні здійснено розрахунок системи часткових показників, які відображають ключові економічні, інвестиційні та кадрові характеристики функціонування сектору (табл.3.6.).

Таблиця 3.6

Розрахунок часткових показників розвитку креативних індустрій України.

Рік	Реалізація на 1 підприємство, тис. грн (X_1)	Капітальні інвестиції на 1 підприємство, тис. грн (X_2)	Продуктивність праці, тис. грн/зайнятого (X_3)	Індекс оплати праці (X_4)
2015	798,69	22,96	450,67	1,24
2019	1386,98	44,50	860,94	1,38
2020	1445,25	31,45	982,08	1,45
2021	1655,60	37,66	1159,44	1,41
2022	699,27	18,27	527,86	1,45
2023	331,09	11,08	690,00	1,40
2024	983,73	25,66	756,45	1,47
2024 р. в % до				
2015 р.	123,2	111,8	167,9	118,5
2023 р.	297,1	231,6	109,6	105,0

Джерело: розраховано на основі даних Державної служби статистики України

Дані таблиці 3.6. свідчать про суттєву змінність динаміки часткових показників розвитку креативних індустрій України у досліджуваному періоді, що зумовлено поєднанням довгострокових структурних тенденцій та потужних зовнішніх шоків. Показник реалізації на одне підприємство демонструє загальну тенденцію до зростання у 2015–2021 рр., досягнувши максимального значення у 2021 р. (1655,6 тис. грн), що відображає посилення комерціалізації креативної діяльності та розширення ринків збуту у докризовий період. Водночас у 2022 р. відбулося різке скорочення цього показника до 699,27 тис. грн, що є наслідком воєнних дій, порушення виробничо-логістичних ланцюгів і втрати частини внутрішнього та зовнішнього попиту. У 2023 р. спад посилювався, однак у 2024 р. спостерігається відновлювальна динаміка, про що свідчить зростання реалізації на підприємство до 983,73 тис. грн, що на 23,2 % перевищує рівень 2015 р. та майже втричі - рівень 2023 р.

Капітальні інвестиції у розрахунку на одне підприємство мають більш нестабільну траєкторію. Їх максимальні значення зафіксовано у 2019–2021 рр., що свідчить про активну фазу розвитку матеріально-технічної та інфраструктурної бази креативних індустрій. Починаючи з 2022 р., інвестиційна активність різко скоротилася, досягнувши мінімуму у 2023 р. (11,08 тис. грн), що відображає високу чутливість сектору до зростання невизначеності та ризиків. Разом із тим у 2024 р. капітальні інвестиції зросли до 25,66 тис. грн на підприємство, що на 11,8 % перевищує рівень 2015 р. та більш ніж у 2,3 рази - показник 2023 р., що може розглядатися як ознака початку інвестиційного відновлення.

Показник продуктивності праці у креативних індустріях у 2015–2021 рр. характеризувався стійким зростанням і досяг максимуму у 2021 р. (1159,44 тис. грн на одного зайнятого), що свідчить про підвищення ефективності використання людського капіталу, зокрема за рахунок цифровізації та зростання частки високододаної вартості. У 2022 р. продуктивність праці різко знизилася до 527,86 тис. грн, однак уже у 2023–2024 рр. спостерігається часткова стабілізація та відновлення. У підсумку у 2024 р. рівень продуктивності праці перевищив

показник 2015 р. на 67,9 %, що підтверджує довгостроковий позитивний тренд попри короткострокові кризові коливання.

Індекс оплати праці протягом усього періоду перевищував одиницю, коливаючись у межах 1,24–1,47, що свідчить про стабільно вищий рівень заробітної плати у креативних індустріях порівняно із середнім по економіці. Навіть у кризові 2022–2023 рр. значення цього показника залишалося відносно високим, що вказує на збереження конкурентоспроможності креативного сектору на ринку праці та його спроможність утримувати кваліфікований людський капітал. У 2024 р. індекс оплати праці досяг найвищого значення (1,47), що на 18,5 % перевищує рівень 2015 р. та на 5,0 % - показник 2023 р.

Результати свідчать про асиметричний характер розвитку креативних індустрій України, для якого притаманне поєднання високого потенціалу людського капіталу з підвищеною чутливістю фінансово-інвестиційних показників до зовнішніх шоків. Це обґрунтовує доцільність застосування диференційованих економічних і управлінських інструментів підтримки, спрямованих одночасно на стимулювання інвестиційної активності та збереження і розвиток людського капіталу як ключового драйвера відновлення креативних індустрій.

З метою узагальнення результатів кількісного аналізу та забезпечення порівнянності різнорідних показників розвитку креативних індустрій у дослідженні здійснено їх нормалізацію та формування інтегрального індексу. Нормалізація часткових показників реалізації на одне підприємство, капітальних інвестицій на підприємство, продуктивності праці та індексу оплати праці дала змогу усунути вплив різних масштабів і одиниць виміру, а також привести їх до єдиної безрозмірної шкали. На основі нормалізованих значень Z_1 – Z_4 розраховано інтегральний індекс розвитку креативних індустрій України (ICI), який відображає узагальнену динаміку фінансово-економічної, інвестиційної та кадрової складових функціонування сектору (табл.3.7.).

Таблиця 3.7

Нормалізовані значення часткових показників та інтегральний індекс розвитку креативних індустрій України.

Рік	Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Інтегральний індекс I_{CI}
2015	0,353	0,336	0,000	0,000	0,172
2019	0,797	0,945	0,579	0,606	0,732
2020	0,841	0,576	0,750	0,896	0,766
2021	1,000	0,752	1,000	0,740	0,873
2022	0,278	0,203	0,109	0,891	0,370
2023	0,000	0,000	0,338	0,705	0,261
2024	0,493	0,413	0,431	1,000	0,584
2024 р. % до					
2015 р.	139,7	122,9	-	-	339,5
2023 р.	-	-	127,5	141,8	223,8

Джерело: власні розрахунки автора

Інтерпретація результатів за інструментальними блоками, здійснена на основі нормалізованих часткових показників Z_1 – Z_4 , дозволяє комплексно оцінити чинники, що визначають динаміку розвитку креативних індустрій України.

Фінансовий блок, представлений показником Z_1 , відображає динаміку реалізації у розрахунку на одне підприємство та характеризує загальну фінансову результативність креативних індустрій. Зростання цього показника у докризовий період свідчить про посилення комерціалізації креативного продукту, розширення ринків збуту та підвищення платоспроможного попиту. Водночас різке зниження значень Z_1 у 2022–2023 рр. відображає негативний вплив воєнних шоків, втрату частини внутрішніх і зовнішніх ринків та порушення логістичних зв'язків. Часткове відновлення показника у 2024 р. засвідчує адаптаційний потенціал креативних індустрій і поступове відновлення економічної активності за умов стабілізації середовища.

Інфраструктурно-інвестиційний блок, який характеризується показником Z_2 , демонструє високу інвестиційну чутливість креативних індустрій до змін макроекономічної та інституційної кон'юнктури. Пікові значення цього показника у докризові роки відображають сприятливе інвестиційне середовище та активний розвиток матеріально-технічної і креативної інфраструктури. Натомість різке скорочення інвестиційної інтенсивності у 2022–2023 рр. засвідчує структурну

вразливість сектору в умовах зростання невизначеності та ризиків. Зафіксоване у 2024 р. часткове відновлення значень Z_2 вказує на початок інвестиційної адаптації, водночас актуалізуючи потребу у впровадженні довгострокових інституційних механізмів підтримки.

Управлінсько-кадровий блок, представлений показником Z_3 , відображає продуктивність праці та ефективність використання людського капіталу у креативних індустріях. Досягнення максимальних значень у 2021 р. підтверджує високий рівень управлінської результативності, цифрової зрілості та здатності сектору генерувати високу додану вартість у докризовий період. Подальше зниження показника у 2022 р. є наслідком порушення виробничих і управлінських ланцюгів, втрати кадрів і зміни форматів діяльності. Водночас стабілізація та помірне зростання Z_3 у 2023–2024 рр. свідчать про поступову адаптацію управлінських практик, переорієнтацію на цифрові та гнучкі моделі організації праці.

Регуляторно-соціальний блок, що характеризується показником Z_4 , відображає відносний рівень оплати праці та слугує індикатором якості людського капіталу й соціальної привабливості креативних індустрій. Стабільно високі значення цього показника протягом усього періоду, зокрема у кризові роки, свідчать про збереження конкурентних позицій креативного сектору на ринку праці та його здатність утримувати кваліфіковані кадри. Це підтверджує ключову роль людського капіталу як базового ресурсу розвитку креативної економіки та обґрунтовує доцільність державної підтримки, спрямованої на освіту, професійний розвиток і соціальний захист працівників креативних індустрій.

Інтегральна оцінка розвитку креативних індустрій України у 2015–2024 рр. засвідчує їхню високу залежність від інвестиційного середовища та управлінської стабільності за одночасної відносної стійкості людського капіталу. Побудована економіко-математична модель дозволяє кількісно ідентифікувати внесок окремих інструментальних блоків у динаміку розвитку сектору та може використовуватися як аналітична основа для формування й коригування

державної політики підтримки креативних індустрій в умовах післявоєнного відновлення та структурної трансформації економіки.

Прогнозування розвитку креативних індустрій України до 2030 року здійснено із застосуванням трендово-сценарного підходу, що ґрунтується на динаміці інтегрального індексу розвитку креативних індустрій (ICI), розрахованого за нормалізованими частковими показниками Z_1 – Z_4 . Такий підхід дозволяє поєднати інерційні тенденції попередніх періодів із можливими варіантами впливу економічних, управлінських та інституційних чинників у середньо- та довгостроковій перспективі.

Базовим роком прогнозу обрано 2024 рік, який характеризує фазу адаптаційного відновлення креативних індустрій після різкого спаду 2022–2023 рр. Прогнозні значення інтегрального індексу визначаються за експоненційною моделлю з постійним середньорічним темпом приросту:

З метою врахування невизначеності післявоєнного розвитку та різної інтенсивності впливу інструментів державної політики у прогнозі сформовано три альтернативні сценарії, що відрізняються величиною параметра g і набором припущень.

Інерційний сценарій передбачає збереження обмеженої інвестиційної активності та фрагментарного застосування економічних і управлінських інструментів підтримки креативних індустрій. Відновлення сектору відбувається переважно за рахунок внутрішньої адаптації підприємств, без суттєвого розширення фінансових ресурсів і без структурних інституційних змін. Для цього сценарію прийнято середньорічний темп зростання інтегрального індексу на рівні 4 %, що відповідає повільному, інерційному характеру розвитку.

Базовий (реалістичний) сценарій ґрунтується на припущенні поступової нормалізації економічного середовища, часткового відновлення інвестиційної активності, стабілізації управлінських практик і збереження високої ролі людського капіталу у креативних індустріях. Реалізація цього сценарію передбачає помірне посилення фінансових, інфраструктурних та освітніх інструментів державної підтримки без різких інституційних проривів. У межах

базового сценарію середньорічний темп зростання інтегрального індексу прийнято на рівні 10 %.

Оптимістичний сценарій відображає траєкторію прискореного розвитку креативних індустрій за умови активної державної політики, масштабування фінансових механізмів підтримки, розвитку креативної та цифрової інфраструктури, стабілізації регуляторного середовища та цілеспрямованих інвестицій у людський капітал. Додатковими чинниками реалізації цього сценарію є інтеграція креативних індустрій у процеси післявоєнної відбудови та розширення експортних можливостей креативного продукту. Для оптимістичного сценарію прийнято середньорічний темп зростання інтегрального індексу на рівні 15 %.

Запропонована методика прогнозування дозволяє оцінити можливі траєкторії розвитку креативних індустрій України до 2030 року з урахуванням різної інтенсивності дії економічних і управлінських інструментів, а також використовується як аналітична основа для обґрунтування сценарних управлінських рішень у сфері креативної економіки.

З метою наочного відображення результатів сценарного прогнозування розвитку креативних індустрій України до 2030 року побудовано графічну модель динаміки інтегрального індексу розвитку креативних індустрій (ІСІ) (рис.3.3.).

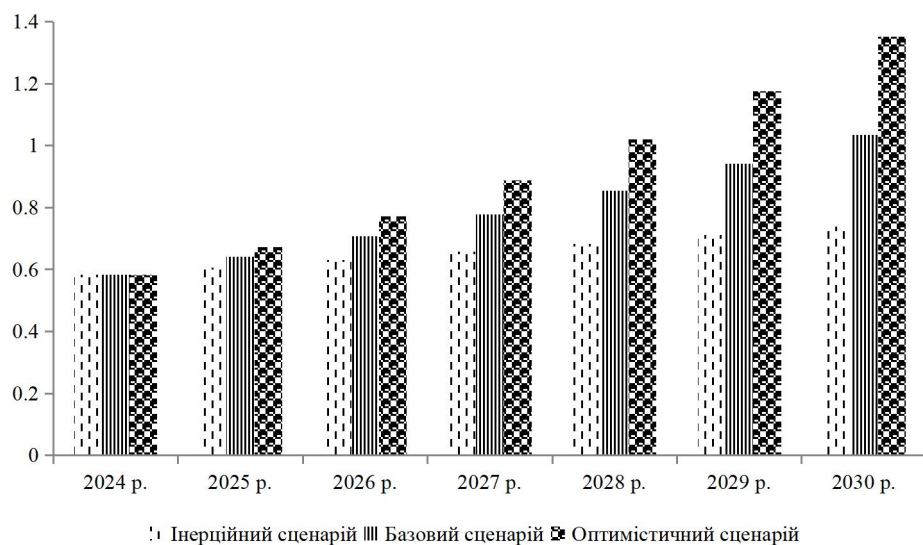


Рис.3.3 Динаміка прогнозних значень інтегрального індексу розвитку креативних індустрій (ІСІ)

Джерело: власні розрахунки автора.

Як свідчать дані, наведені на рисунку 3.3., динаміка інтегрального індексу розвитку креативних індустрій у 2024–2030 рр. істотно залежить від обраної сценарної траєкторії. За інерційного сценарію зростання індексу є повільним і поступовим: значення ІСІ підвищується з рівня 2024 року, однак до 2030 року не досягає докризових пікових значень. Така динаміка відображає ситуацію, за якої розвиток креативних індустрій відбувається переважно за рахунок внутрішньої адаптації підприємств без суттєвого розширення інвестиційних ресурсів і без системних інституційних змін.

Базовий сценарій демонструє більш виражену позитивну динаміку інтегрального індексу. Уже з 2026–2027 рр. спостерігається стійке прискорення зростання ІСІ, що до 2030 року приводить до перевищення рівня 2024 року майже у 1,8 раза. Це свідчить про можливість відновлення та посилення позицій креативних індустрій за умов помірної, але послідовної застосування фінансових, управлінських та інфраструктурних інструментів підтримки, а також стабілізації загальноекономічного середовища.

Найбільш динамічну траєкторію розвитку відображає оптимістичний сценарій. За цією моделлю інтегральний індекс зростає прискореними темпами і вже у другій половині прогностичного періоду суттєво перевищує значення базового сценарію. До 2030 року рівень ІСІ за оптимістичного сценарію більш ніж удвічі перевищує показник 2024 року, що свідчить про реалізацію значного нереалізованого потенціалу креативних індустрій. Така динаміка можлива за умови активної державної політики, масштабування інвестицій у креативну та цифрову інфраструктуру, розвитку експортних можливостей і цілеспрямованої підтримки людського капіталу.

Креативні індустрії України мають широкий діапазон можливих траєкторій розвитку, а ключовим чинником переходу від інерційного до базового або оптимістичного сценарію є якість і системність економічних та управлінських інструментів державної політики[131]. Це обґрунтовує необхідність стратегічного

підходу до підтримки креативного сектору як одного з потенційних драйверів післявоєнного економічного відновлення.

Для забезпечення стійкого й результативного розвитку креативних індустрій їх інструменти підтримки доцільно інтегрувати у ширший контекст національних і регіональних економічних стратегій, зокрема стратегій структурної трансформації та інноваційного розвитку. Міжнародна практика, насамперед досвід Європейського Союзу, демонструє ефективність такого підходу через реалізацію концепції **smart-спеціалізації регіонів (S3)**, яка передбачає концентрацію ресурсів на обмеженій кількості пріоритетних напрямів, що базуються на унікальних конкурентних перевагах кожної території. У межах цієї логіки креативні індустрії розглядаються не як ізольований культурний сегмент, а як важливий елемент інноваційної екосистеми регіону, тісно пов'язаний з розвитком підприємництва, цифрових технологій, туризму та людського капіталу.

Застосування підходу smart-спеціалізації дозволяє регіонам ідентифікувати ті напрями креативної діяльності, які мають найбільший потенціал зростання і мультиплікативного ефекту. Наприклад, у регіонах з потужним ІТ-сектором і розвиненим креативним середовищем креативні індустрії можуть спеціалізуватися на дизайні, цифрових медіа, геймдеві та креативних сервісах для бізнесу; у столичних або туристично привабливих центрах – на кіноіндустрії, аудіовізуальному виробництві, рекламі та культурному контенті. Такий вибір пріоритетів дає змогу спрямовувати державні та приватні інвестиції у найбільш перспективні сегменти, підсилюючи їх взаємодію з іншими секторами економіки.

Ключовою перевагою концепції smart-спеціалізації є подолання проблеми фрагментарності та розпорошення зусиль, характерної для традиційних підходів до регіональної політики. Замість множинних, слабо скоординованих ініціатив, стратегія S3 орієнтована на формування узгоджених портфелів проєктів, що поєднують наукові, підприємницькі та креативні компоненти. Саме тому в європейській практиці smart-спеціалізація розглядається як інструмент концентрації ресурсів на «дійсно перспективних» напрямках розвитку, здатних

забезпечити довгостроковий економічний ефект і підвищення конкурентоспроможності регіонів.

У цьому контексті регіональні інструменти підтримки креативних індустрій – гранти, креативні хаби, кластерні ініціативи, освітні та акселераційні програми – демонструють найвищу ефективність тоді, коли вони безпосередньо інтегровані у проекти smart-спеціалізації. Зокрема, у фінальній фазі реалізації стратегій S3 в ЄС активно підтримуються проекти креативних кластерів, що фінансуються на засадах спільного інвестування та партнерства між державою, бізнесом і науково-освітніми інституціями. Для України адаптація такого підходу відкриває можливість посилення регіональної політики розвитку креативних індустрій, забезпечення кращої узгодженості інструментів підтримки та формування регіональних центрів креативного зростання як складової післявоєнного відновлення економіки.

Ще одним ключовим виміром інтеграції розвитку креативних індустрій виступає цифрова економіка, яка в умовах глобалізації та технологічного прориву стає визначальним чинником трансформації творчої діяльності. Світові тенденції переконливо засвідчують, що цифровізація радикально змінює моделі створення, дистрибуції та монетизації креативного продукту: стримінгові сервіси, маркетплейси та соціальні платформи суттєво переформатовують ринки музики, аудіовізуального контенту, дизайну й медіа, тоді як розвиток штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності відкриває нові формати творчості, розширюючи межі традиційних індустрій [132].

У цьому контексті для України цифрова трансформація креативних індустрій не може мати реактивний характер і потребує проактивного підходу, орієнтованого на випереджальне впровадження цифрових рішень. Йдеться, зокрема, про системний розвиток електронної комерції для креативних продуктів і послуг, що дозволить митцям і креативним підприємствам безпосередньо виходити на внутрішні та міжнародні ринки. Важливим напрямом є також державна підтримка спеціалізованих ІТ-платформ і цифрових екосистем для представників креативних індустрій, які можуть поєднувати функції просування

контенту, захисту прав інтелектуальної власності, аналітики ринку та залучення інвестицій.

Окрему увагу слід приділити питанням кібербезпеки та захисту інтелектуальних продуктів у цифровому середовищі. Зростання обсягів онлайн-дистрибуції та використання цифрових технологій посилює ризики нелегального копіювання, піратства й втрати доходів, що актуалізує потребу в удосконаленні цифрових механізмів захисту авторських прав, впровадженні технологій цифрових водяних знаків, блокчейн-рішень і сучасних систем управління правами доступу. Такі інструменти мають стати складовою комплексної політики підтримки креативних індустрій у цифровій економіці.

Ключовою умовою результативності цифрової трансформації є її узгодженість із загальнонаціональними стратегічними документами у сфері цифрового розвитку. Пріоритети креативної політики мають бути синхронізовані з Національною стратегією цифрової трансформації, програмами розвитку електронних сервісів, цифрових навичок та інноваційної інфраструктури. Така синергія дозволить не лише уникнути дублювання зусиль і фрагментації ініціатив, а й забезпечити включення креативних індустрій до ширших цифрових екосистем, підвищуючи їхню конкурентоспроможність і роль як драйвера інноваційного та післявоєнного економічного відновлення України. Поєднання креативних індустрій із цифровою економікою формує якісно новий простір можливостей для структурної модернізації як самих творчих секторів, так і традиційних галузей господарства. Використання креативних цифрових технологій — зокрема анімованого та інтерактивного контенту, гейміфікації, цифрового сторітелінгу, VR/AR-рішень — дозволяє прискорювати трансформаційні процеси в освіті, туризмі, культурній спадщині, маркетингу територій і сфері послуг. Такі інструменти не лише підвищують привабливість продуктів і сервісів, а й сприяють формуванню нових моделей споживання знань, культурних практик і туристичних послуг, орієнтованих на цифрову аудиторію та глобальні ринки.

Водночас ключовою умовою результативності цієї синергії є запобігання поглибленню «цифрового розриву» між регіонами, соціальними групами та

сегментами креативного середовища. Для цього необхідно паралельно з розвитком цифрових креативних продуктів інвестувати в розбудову інтернет-інфраструктури, особливо у малих містах і сільських територіях, а також у підвищення цифрових компетентностей представників креативних індустрій. Програми навчання цифровим навичкам, цифрового підприємництва та використання новітніх технологій мають стати невід'ємною складовою державної й регіональної політики підтримки креативного сектору.

Додатковим інструментом посилення ефекту цифрової трансформації є ув'язування фінансових та фіскальних стимулів із цифровими пріоритетами розвитку. Йдеться, зокрема, про надання грантів, податкових пільг або податкових канікул для стартапів і підприємств, що працюють у сфері VR/AR-контенту, геймдизайну, цифрового мистецтва, інтерактивного туризму чи освітніх платформ. Підтримка проєктів із доповненою реальністю у сфері креативного туризму або цифрової культурної спадщини може стати прикладом цільового стимулювання, яке одночасно розвиває креативні індустрії та модернізує традиційні сектори економіки.

Інтеграція інструментів розвитку креативних індустрій у регіональні стратегії економічного зростання через механізми smart-спеціалізації та цифрової економіки дозволяє досягти вираженого мультиплікативного ефекту. Регіони отримують можливість спеціалізуватися на певних креативних напрямках і формувати впізнавані творчі кластери, що підвищує їхній інноваційний потенціал і конкурентоспроможність. Одночасно розвиток цифрових сервісів і платформ розширює ринки збуту креативної продукції, знижує бар'єри виходу на міжнародні ринки та сприяє залученню інвестицій.

Європейський Союз уже інтегрував культуру та творчість у політику згуртованості (Cohesion Policy) як один із чинників економічного відродження регіонів, інноваційного розвитку та соціальної стійкості [133].

Адаптація цього підходу в Україні, з урахуванням національних і регіональних особливостей, дозволить сформувати ефективну модель підтримки креативних індустрій у післявоєнний період. Підтримка так званих «ініціатив

трьох джерел» - взаємодії креативних індустрій, цифрових технологій і регіональної політики розвитку - може стати ключовим чинником прискореного зростання креативного сектору та його інтеграції в сучасну інноваційну економіку України.

Розвиток креативних індустрій потребує системної інтеграції інструментів підтримки у ширший контекст економічної, регіональної та цифрової політики. Фрагментарне застосування окремих фінансових або культурних заходів не забезпечує стійкого результату, тоді як поєднання економічних, управлінських, інституційних і цифрових інструментів формує умови для довгострокового зростання креативного сектору.

Аналіз міжнародної практики свідчить про доцільність використання підходу smart-спеціалізації регіонів як інструменту концентрації ресурсів на напрямках із найбільшим креативним та інноваційним потенціалом. Інтеграція креативних індустрій у регіональні стратегії розвитку через механізми S3 сприяє формуванню креативних кластерів, посиленню міжсекторної взаємодії та підвищенню конкурентоспроможності територій.

Цифрова економіка виступає ключовим середовищем трансформації креативних індустрій, змінюючи моделі створення, дистрибуції та монетизації креативного продукту. Актуалізується необхідність проактивної цифрової політики, спрямованої на розвиток електронної комерції креативних продуктів, підтримку цифрових платформ для митців, захист інтелектуальної власності та підвищення цифрових компетентностей людського капіталу з метою мінімізації ризиків цифрового розриву між регіонами.

Результати економіко-математичного моделювання та сценарного прогнозування засвідчують, що траєкторія розвитку креативних індустрій істотно залежить від інтенсивності інвестиційної та управлінської підтримки. Реалізація базового й оптимістичного сценаріїв розвитку пов'язана з послідовним застосуванням фінансових стимулів, розвитком інфраструктури, стабільністю регуляторного середовища та підтримкою людського капіталу, тоді як інерційний сценарій обмежує потенціал сектору адаптаційним відновленням.

Найбільший мультиплікативний ефект забезпечує модель взаємодії креативних індустрій, цифрових технологій і регіональної політики розвитку. Її впровадження створює передумови для формування стійких креативних екосистем, модернізації традиційних секторів економіки та використання креативних індустрій як одного з драйверів інноваційного й післявоєнного відновлення України.

3.3. Інноваційні напрями розвитку креативних індустрій

Креативні індустрії посідають вагоме місце в сучасній економіці знань, у якій ключовими чинниками створення доданої вартості виступають творчість, інтелектуальний капітал, знання та інноваційні рішення. Ці види діяльності характеризуються високою динамікою розвитку, що зумовлено активним впровадженням цифрових технологій, розширенням досліджень і розробок (R&D), а також поширенням нових бізнес-моделей, орієнтованих на глобальні ринки. Поточні трансформаційні тренди зосереджені на глибокій цифровізації творчих процесів, масштабуванні технологічних стартапів у сферах VR/AR, мультимедійного виробництва та ігрової індустрії, використанні смарт-рішень (AI-аналітики, хмарних сервісів, великих даних), а також посиленні R&D-активностей у межах культурних і креативних секторів. Наукові дослідження засвідчують, що глобальна цифровізація стала структурним чинником розвитку креативних індустрій, істотно посиливши їх експортний потенціал і водночас трансформували конкурентне середовище. Цифрові технології сприяють зростанню міжнародної торгівлі креативними послугами, знижують бар'єри входу на ринки та підвищують інтенсивність конкуренції за інноваційність і якість продукту.

У провідних країнах світу державна політика дедалі більше орієнтується на цілеспрямоване стимулювання R&D і технологічного оновлення творчих галузей як драйверів довгострокового економічного зростання. Показовим є досвід Великобританії, де реалізація програм підтримки креативних індустрій

передбачала значні інвестиції у наукові дослідження та інновації, що забезпечило суттєве перевищення очікуваних результатів і зростання внеску креативного сектору у валовий внутрішній продукт країни [134]. Внесок креативних індустрій за обсягами доданої вартості перевищує низку традиційних високотехнологічних галузей, що свідчить про їхню здатність виступати системоутворюючим елементом національної економіки. Досвід цієї країни демонструє, що системна підтримка науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, розвиток кластерних моделей та інституційно оформлені партнерства між університетами, малим бізнесом і великими корпораціями здатні суттєво прискорювати інноваційний розвиток і комерціалізацію творчих ідей.

Аналогічні тенденції простежуються й у Сполучених Штатах Америки, де інвестиції у сферу культури та креативних індустрій мають виражений мультиплікативний ефект для національної економіки [135]. Креативний сектор забезпечує вагомому частку валової доданої вартості, демонструючи темпи зростання, що перевищують середньоекономічні показники. Важливою характеристикою його розвитку є висока експортна спроможність, що проявляється у стабільному профіциті зовнішньої торгівлі творчими товарами та послугами і підтверджує глобальну конкурентоспроможність цього сегмента економіки.

На рівні Європейського Союзу та міжнародних організацій інновації розглядаються як стратегічна основа сталого розвитку креативного сектору. Європейська політика підтримки креативних індустрій спрямована на прискорення цифрового переходу, інтеграцію екологічних принципів та забезпечення інклюзивності, зокрема шляхом фінансування проєктів, орієнтованих на впровадження цифрових інструментів і штучного інтелекту у виробництво культурного контенту [136]. Посилюється також міжнародна кооперація, що відкриває доступ національних креативних виробників до ширших ринків, фінансових ресурсів і передових технологій. У глобальному вимірі спостерігається стале зростання світової торгівлі креативною продукцією, у структурі якої домінують ІТ-послуги та R&D-активності. Це підтверджує тісний

взаємозв'язок між інноваційною діяльністю, цифровими платформами та економічною продуктивністю креативних індустрій у сучасній економіці знань.

Інновації розглядаються як базовий і системоутворюючий чинник зростання креативного сектору в умовах економіки знань. У наукових дослідженнях переважає підхід, відповідно до якого активність у сфері досліджень і розробок (R&D), дизайну, цифрових технологій та експериментальних форм творчого виробництва безпосередньо підвищує конкурентоспроможність креативних підприємств, їхню здатність до масштабування та внесок у формування валового внутрішнього продукту [137]. Інновації у креативних індустріях мають не лише технологічний, а й нематеріальний характер, оскільки поєднують креативність, знання, культурний капітал і підприємницькі компетенції, що дозволяє створювати унікальні продукти з високою доданою вартістю.

У цьому контексті дослідники наголошують, що компанії творчих індустрій дедалі частіше виступають генераторами інноваційних ідей і продуктів, зокрема у вигляді нових візуальних образів, дизайнерських рішень, цифрових сервісів та креативних технологій [138]. Такі інновації не обмежуються окремими продуктами, а трансформують бізнес-моделі, маркетингові стратегії та способи взаємодії з глобальними ринками. Відповідно, інноваційна активність у креативному секторі сприяє формуванню стійких конкурентних переваг, підвищенню експортного потенціалу та інтеграції національних виробників у міжнародні ланцюги створення вартості.

Зазначений підхід відображений і в державній економічній політиці України. У межах експортної стратегії креативні індустрії офіційно визначені як один із пріоритетних, майбутньо орієнтованих секторів національної економіки [139]. Таке інституційне визнання спрямоване на стимулювання інновацій, технологічну модернізацію виробництва, розвиток людського капіталу та зростання частки продукції з високою доданою вартістю в структурі експорту. Таким чином, інновації в креативних індустріях розглядаються не лише як інструмент оновлення продуктів і процесів, а й як важливий механізм диверсифікації

економіки, розширення зайнятості та підвищення стійкості національного розвитку.

Міжнародний досвід підтверджує наявність прямого взаємозв'язку між інноваційною політикою у творчих галузях і макроекономічними результатами. Показовим є приклад Сінгапуру, де держава послідовно інвестувала у розвиток креативних індустрій як складової довгострокової стратегії економічної модернізації [140]. Внаслідок такої політики частка креативного сектору у ВВП країни суттєво зросла, а кількість зайнятих у креативних професіях перевищила сотні тисяч осіб. Упродовж тривалого періоду темпи зростання креативних індустрій у Сінгапурі випереджали середньоекономічні показники, що свідчить про їхню роль як драйвера інноваційного та інклюзивного економічного розвитку.

Інновації у креативних індустріях мають мультиплікативний ефект, поєднуючи технологічне оновлення, розвиток людського та інтелектуального капіталу, зростання експорту і створення нових робочих місць. Це підтверджує доцільність розгляду креативного сектору як одного з ключових напрямів інноваційної політики держави та важливого інструменту забезпечення сталого економічного зростання.

На основі узагальнення наукових підходів та результатів емпіричних досліджень доцільно запропонувати **авторську класифікацію інновацій, релевантну для розвитку креативного сектору** (табл.3.8). Враховуючи мультидисциплінарну природу креативної економіки, інновації в ній мають комплексний характер і поєднують технологічні, економічні, культурні та соціальні складові. Тому їх доцільно систематизувати за домінуючою сутністю та функціональним призначенням.

Таблиця 3.8

Класифікація інновацій у креативному секторі та відповідні інструменти державної підтримки

Тип інновацій	Сутнісна характеристика	Ключові інструменти та приклади	Інструменти державної підтримки	Цифрові та стратегічні пріоритети
Технологічні інновації	Упровадження цифрових і виробничих технологій у творчий процес	AI, VR/AR, 3D-друк, хмарні сервіси, машинне навчання, цифрові студії	Гранти на R&D; податкові стимули для IT та креативних стартапів; інноваційні ваучери; підтримка креативних технопарків і кластерів	Цифровізація креативного виробництва; розвиток CreativeTech; інтеграція AI у культурні та медіапроекти
Продуктові інновації	Створення нових або модифікованих творчих продуктів і послуг	Нові формати медіа, VR-ігри, авторські фільми, дизайн-продукти, IP-активи	Грантові програми для створення контенту; підтримка експорту креативної продукції; захист прав інтелектуальної власності	Підтримка контенту з високою доданою вартістю; експорт креативних товарів і послуг; цифрові платформи дистрибуції
Інновації бізнес-моделей	Трансформація способів монетизації, дистрибуції та організації бізнесу	Стримінг, підписки, краудфандинг, NFT, маркетплейси	Регуляторна підтримка цифрових платформ; фінансування стартапів; антимонопольне регулювання; розвиток фінтех-інструментів	Платформізація економіки; цифрові ринки креативної продукції; розвиток креативного підприємництва
Соціальні інновації	Інклюзивні, освітні та культурно орієнтовані проекти з суспільним ефектом	Соціальні арт-проекти, цифрова культурна освіта, платформи культурного обміну	Програми соціального та культурного розвитку; підтримка інклюзивних проєктів; партнерства з громадами та НУО	Інклюзивна цифровізація; розвиток людського капіталу; культурна дипломатія та соціаль

Джерело: власна розробка автора

Запропонований підхід дозволяє розглядати інновації в креативному секторі не ізольовано, а як **елементи цілісної інституційної екосистеми**, у якій кожен тип інновацій потребує специфічних інструментів державної підтримки та відповідає визначеним цифровим і стратегічним пріоритетам розвитку. З авторської позиції, найбільший мультиплікативний ефект досягається за умов **узгодженого поєднання фінансових стимулів, регуляторних механізмів і цифрової інфраструктури**, що забезпечує одночасний розвиток технологічних, продуктових, бізнес-модельних і соціальних інновацій у креативних індустріях. У межах такої логіки доцільним є поетапний аналіз окремих типів інновацій, починаючи з технологічних, які виступають базовою передумовою трансформації творчих процесів і масштабування креативного виробництва.

Технологічні інновації охоплюють упровадження сучасних цифрових, інформаційних і виробничих технологій у процес створення креативного продукту. Йдеться про використання штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності, 3D-друку, хмарних платформ, алгоритмів машинного навчання та інших ІТ-рішень у культурному й творчому виробництві. Саме цей тип інновацій формує технологічну основу креативних індустрій, забезпечуючи швидке прототипування, масштабування і глобальну колаборацію творчих команд. З авторської точки зору, технологічні інновації в креативному секторі виконують роль **каталізатора**, який прискорює трансформацію ідей у комерційно життєздатні продукти та знижує транзакційні витрати творчої діяльності.

Продуктові інновації пов'язані зі створенням принципово нових або суттєво модифікованих творів, послуг і форматів культурного споживання. Це можуть бути нові художні стилі, мультимедійні формати, ігрові механіки, дизайнерські рішення, аудіовізуальний контент або об'єкти інтелектуальної власності. В основі таких інновацій лежить креативна ідея та дизайн, які визначають унікальність і ринкову цінність продукту. Вважаємо, що продуктові інновації в креативній економіці є **носіями символічної та культурної вартості**, яка трансформується у високу додану вартість і експортний потенціал, особливо в умовах цифрових ринків.

Інновації бізнес-моделей відображають зміни у способах організації, розповсюдження та монетизації креативного контенту. Вони охоплюють нові моделі дистрибуції (стримінгові платформи, маркетплейси, краудфандинг), форми споживання (підписки, ліцензування, цифрові права) та управління бізнес-процесами. У цифровій економіці саме інновації бізнес-моделей часто визначають конкурентні переваги креативних компаній, навіть за умов технологічної або продуктової подібності. З позиції автора, цей тип інновацій є **інституційно чутливим**, оскільки потребує адаптації регуляторного середовища, антимонопольної політики та захисту прав інтелектуальної власності.

Соціальні інновації у креативному секторі пов'язані з розширенням інклюзії, розвитком культурного капіталу, освіти та суспільного діалогу. До них належать соціально орієнтовані мистецькі проекти, цифрові платформи культурного обміну, нові формати креативної освіти, ініціативи, спрямовані на рівність, доступність і сталий розвиток [141]. Авторське бачення полягає в тому, що соціальні інновації в креативних індустріях формують **довгостроковий суспільний ефект**, посилюючи людський капітал, соціальну згуртованість і культурну ідентичність, що є особливо актуальним для країн у стані трансформації та післякризового відновлення.

Запропонована типологія не має жорстко взаємовиключного характеру, оскільки на практиці інноваційні проекти у креативному секторі здебільшого поєднують кілька типів інновацій одночасно. Наприклад, технологічна інновація може слугувати основою для нового продукту, який реалізується через інноваційну бізнес-модель і водночас має соціальний ефект. Водночас така класифікація не лише систематизує різноманітні прояви інноваційної активності у креативних індустріях, а й забезпечує методологічне підґрунтя для переходу від описового аналізу до формування інструментів цілеспрямованого державного та інституційного впливу. Це зумовлює необхідність узагальнення наявних світових практик, теоретичних напрацювань та емпіричних спостережень з метою розроблення авторської концептуальної моделі інноваційного розвитку

креативних індустрій, яка відображає логіку формування, трансформації та відтворення інноваційного потенціалу творчого сектору (табл. 3.9.).

Модель ґрунтується на системному підході та розглядає креативні індустрії як відкриту соціально-економічну систему, інтегровану в національний і глобальний економічний простір.

Таблиця 3.9

Модель інноваційного розвитку креативних індустрій

Блок моделі	Зміст блоку	Ключові елементи	Функціональна роль
Вхідний ресурсно-інституційний блок	Формування передумов інноваційного розвитку	Макроекономічні умови; людський капітал; креативна та цифрова інфраструктура; державна підтримка	Забезпечує базовий потенціал і конкурентоспроможність креативного сектору
Інноваційний процес	Реалізація творчих і технологічних інновацій	R&D, дизайн, створення контенту, цифровізація, маркетингові дослідження	Трансформує ресурси в інноваційні продукти та рішення
Інтелектуальна власність	Захист і монетизація результатів творчості	Авторські права, ліцензування, патентування, реєстри ІВ	Забезпечує економічну віддачу та інвестиційну привабливість
Інноваційні результати	Безпосередні виходи інноваційного процесу	Нові продукти, сервіси, бізнес-моделі, соціальні проєкти	Формують додану вартість і експортний потенціал
Економічні та соціальні ефекти	Макро- та мезорівневі результати	Зростання ВВП, зайнятості, експорту, культурного капіталу	Підсилюють роль креативних індустрій у сталому розвитку
Зворотний зв'язок	Відтворення інноваційного потенціалу	Реінвестиції, попит на кадри, розвиток інфраструктури	Формує самопідсилювальний інноваційний цикл

Джерело: власна розробка автора

Вхідним блоком моделі виступає **ресурсно-інституційний базис**, що формує передумови інноваційного розвитку. До нього належать макроекономічні умови (стабільність економічного середовища, доступ до фінансових ресурсів, відкритість ринків), людський капітал (креативні кадри, система освіти, розвиток досліджень і розробок), інфраструктура (креативні хаби, культурні простори, інноваційні кластери, цифрові та комунікаційні мережі), а також державна політика і механізми підтримки (грантові програми, податкові стимули, законодавче регулювання, програми кластерного розвитку). Сукупна дія цих

чинників визначає рівень конкурентоспроможності креативних секторів (літератури, дизайну, аудіовізуального виробництва, ігрової індустрії тощо) на регіональному та національному рівнях.

Центральним елементом моделі є **креативні підприємства та організації**, у межах яких реалізується інноваційний процес. У ході функціонування вони задіюють різноманітні інноваційні активності, зокрема R&D та дизайн, створення нового контенту, цифровізацію продуктів і послуг, використання аналітики даних і маркетингових досліджень. Такі активності трансформують ресурсний потенціал у конкретні інноваційні результати, що можуть мати продуктовий, процесний, організаційний або маркетинговий характер. Наприклад, розробка AR-застосунку для культурних подій поєднує технологічні й продуктові інновації, тоді як запуск онлайн-платформи літературних читань або цифрових музеїв поєднує інновації бізнес-моделей із соціальним виміром творчої діяльності.

Важливою складовою авторської моделі є **інститут інтелектуальної власності**, який забезпечує захист результатів творчої діяльності та їх ефективну монетизацію. Саме механізми охорони авторських прав, патентування, ліцензування та державної підтримки ІВ (через податкові пільги, правове забезпечення, публічні реєстри) створюють умови для довгострокової економічної віддачі від інновацій у креативному секторі. Практика засвідчує, що креативна економіка генерує нематеріальні активи зі значною ринковою вартістю, а недостатній захист прав інтелектуальної власності стримує інвестиційну активність і масштабування творчих проєктів.

Авторська концептуальна модель може бути представлена як **інноваційний ланцюг**: *вхід* (ресурси та стимулюючі чинники) → *креативні підприємства* (інноваційні процеси) → *вихід* (нова продукція, послуги, бізнес-моделі, соціальні ефекти) → *економічний результат* (зростання ВВП, експорту, зайнятості, регіонального розвитку). Така схема дозволяє ідентифікувати «вузькі місця» інноваційного розвитку, зокрема дефіцит фінансування R&D, слабкість креативної інфраструктури або обмежені канали виходу на міжнародні ринки.

Водночас вона акцентує увагу на наявності **зворотного зв'язку**, за якого успішна реалізація інновацій сприяє формуванню нових ресурсних можливостей: зростанню доходів підприємств, підвищенню попиту на креативні кадри, розширенню інвестицій у освіту, R&D та інфраструктуру. Такий самопідсилювальний ефект формує замкнений цикл взаємодії між інноваціями, економічними результатами та соціальними ефектами, що об'єктивно потребує кількісного вимірювання й аналітичної інтерпретації відповідних процесів. З огляду на це особливої актуальності набуває розроблення методичного підходу до оцінювання інноваційного розвитку креативних індустрій, адаптованого до наявних інформаційно-статистичних обмежень в Україні.

Методика розрахунку інноваційного розвитку креативних індустрій у межах даного дослідження ґрунтується на проксі-підході, що зумовлено відсутністю у відкритій статистиці Державної служби статистики України прямих показників інноваційної активності саме для креативних видів економічної діяльності. За таких умов інноваційний розвиток трактується як результат структурної, інвестиційної та технологічної модернізації сектору, що відображається у динаміці продуктивності праці, інвестиційної активності, оплати праці та обсягів реалізації.

На першому етапі формується інформаційна база дослідження на основі офіційних даних ДССУ щодо креативних індустрій за обраний період. До вихідних показників належать кількість зайнятих працівників, кількість підприємств, обсяг капітальних інвестицій, обсяг реалізованої продукції (робіт і послуг), середньомісячна заробітна плата у креативних індустріях та середньомісячна заробітна плата в середньому по економіці. Ці показники є статистично верифікованими, регулярно публікуються та забезпечують можливість міжчасових порівнянь.

На другому етапі на основі первинних статистичних даних розраховуються похідні проксі-індикатори, які відображають інноваційний характер розвитку сектору. Зокрема, продуктивність праці визначається як відношення обсягу реалізації до кількості зайнятих працівників і відображає ефективність

використання людського капіталу. Інвестиційна інтенсивність розраховується як частка капітальних інвестицій у загальному обсязі реалізації та характеризує масштаб оновлення виробничої й технологічної бази. Якість людського капіталу оцінюється через відносний рівень оплати праці - співвідношення середньої заробітної плати у креативних індустріях до середнього рівня по економіці. Додатково обчислюються темпи зростання продуктивності праці, капітальних інвестицій та обсягів реалізації, які інтерпретуються як показники інноваційної динаміки та адаптивності сектору до зовнішніх викликів.

На третьому етапі для забезпечення зіставності показників, що мають різні одиниці виміру, здійснюється їх нормування за методом мін–макс. Для всіх відібраних показників, які мають стимулюючий характер, нормоване значення визначається як відношення відхилення фактичного значення від мінімального до діапазону варіації показника за досліджуваний період. Такий підхід дозволяє привести всі індикатори до єдиної шкали від 0 до 1 без втрати їх економічного змісту.

На четвертому етапі формується інтегральний проксі-індекс інноваційного розвитку креативних індустрій. Нормовані показники агрегуються шляхом зваженого підсумовування, де вагові коефіцієнти визначаються з урахуванням ролі окремих складових у формуванні інноваційного потенціалу сектору. Переважна вага надається показникам продуктивності праці та інвестиційної інтенсивності як ключовим маркерам модернізації, дещо менша - показникам динаміки та відносної оплати праці. Сума ваг дорівнює одиниці, що забезпечує коректність індексного розрахунку.

На завершальному етапі здійснюється економічна інтерпретація отриманих значень інтегрального індексу. Зростання індексу свідчить про посилення інноваційної складової розвитку креативних індустрій, що проявляється у підвищенні продуктивності праці, активізації інвестиційних процесів та покращенні якісних характеристик зайнятості. Зниження значень індексу інтерпретується як ослаблення інноваційної динаміки, що може бути зумовлене кризовими явищами, скороченням інвестицій або структурними втратами сектору.

Запропонована методика забезпечує можливість відтвореного кількісного аналізу інноваційного розвитку креативних індустрій на основі виключно офіційної статистики ДССУ та може бути використана для подальших міжчасових і порівняльних досліджень.

З метою кількісної оцінки інноваційного розвитку креативних індустрій у дослідженні розраховано інтегральний індекс, сформований на основі проксі-показників, побудованих за офіційними даними Державної служби статистики України. Отримані значення індексу дозволяють відстежити динаміку інноваційної складової розвитку креативного сектору в середньостроковому періоді, а також оцінити чутливість галузі до зовнішніх економічних і інституційних шоків. На рис. 3.4. відображено динаміку інтегрального індексу інноваційного розвитку креативних індустрій у 2016–2024 рр.

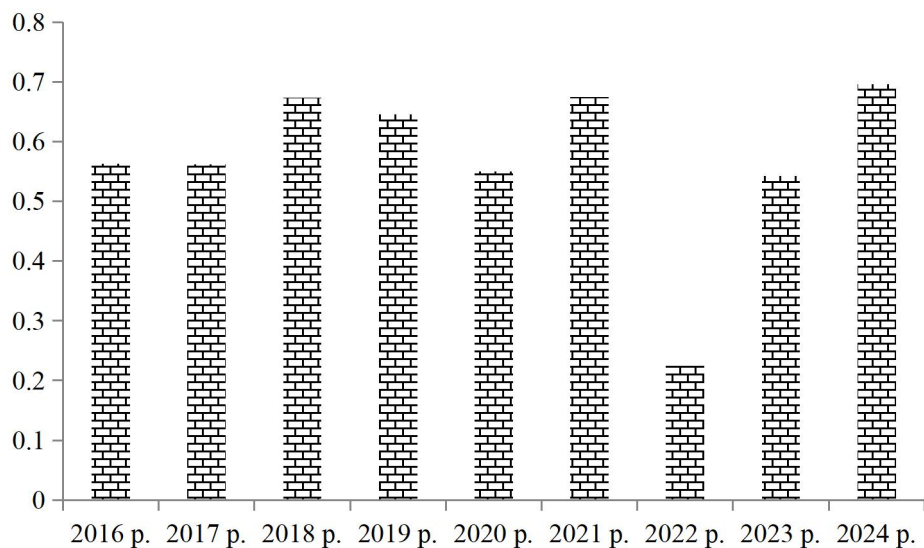


Рис.3.4 Динаміка значення інтегрального індексу інноваційного розвитку

Джерело: власна розробка автора

Аналіз динаміки інтегрального індексу інноваційного розвитку креативних індустрій свідчить про нерівномірний та хвилеподібний характер розвитку сектору, зумовлений поєднанням структурних трансформацій, кризових чинників і адаптаційних процесів. У 2016–2017 рр. значення індексу перебувало на помірному рівні (близько 0,55–0,56), що відображало поступове відновлення

економічної активності креативних індустрій, зростання зайнятості та обсягів реалізації за обмеженої інвестиційної активності.

У 2018–2019 рр. зафіксовано суттєве зростання індексу, який досяг значень 0,64–0,67. Це свідчить про посилення інноваційної складової розвитку креативного сектору, що було зумовлено зростанням продуктивності праці, активізацією капітальних інвестицій та випереджальним підвищенням рівня оплати праці у креативних індустріях порівняно із середньоекономічними показниками. У цей період креативні індустрії дедалі більше виконували роль драйвера нематеріального зростання та цифровізації економіки.

У 2020 р. спостерігається зниження значення індексу, що відображає негативний вплив пандемічної кризи, яка призвела до скорочення інвестиційної активності та уповільнення динаміки реалізації послуг у низці сегментів креативної економіки. Попри це, індекс не зазнав критичного падіння, що свідчить про відносну адаптивність креативних індустрій до короткострокових шоків.

У 2021 р. значення інтегрального індексу знову зросло до рівня близько 0,67, що вказує на відновлення інноваційної динаміки та накопичення потенціалу розвитку перед повномасштабною кризою. Однак у 2022 р. зафіксовано різке падіння індексу до мінімального значення (близько 0,22), що є прямим наслідком повномасштабної війни, втрати частини підприємств, скорочення обсягів реалізації та інвестицій, а також порушення виробничих і логістичних ланцюгів.

Починаючи з 2023 р., простежується відновлювальна тенденція, що проявляється у зростанні індексу до рівня понад 0,54, а у 2024 р. - до максимального за досліджуваний період значення (приблизно 0,70). Це свідчить про адаптацію креативних індустрій до кризових умов, переорієнтацію на цифрові формати діяльності, зростання продуктивності праці та підвищення ролі людського капіталу й нематеріальних активів у формуванні доданої вартості.

Динаміка інтегрального індексу підтверджує, що креативні індустрії характеризуються високою чутливістю до зовнішніх шоків, але водночас демонструють значний адаптаційний та інноваційний потенціал, що дозволяє їм

відновлюватися швидше порівняно з традиційними секторами економіки. Отримані результати обґрунтовують доцільність цілеспрямованої державної підтримки інноваційних, цифрових і людсько-орієнтованих напрямів розвитку креативних індустрій як важливого чинника економічної стійкості та післякризового відновлення. Для прогнозування використано **трендовий сценарний підхід**, що базується на динаміці інтегрального індексу інноваційного розвитку креативних індустрій за 2016–2024 рр., розрахованого на основі офіційних даних ДССУ. Базовий прогноз отримано шляхом екстраполяції лінійного тренду індексу, що відображає середньострокову тенденцію розвитку сектору з урахуванням кризових спадів і відновлювальних фаз. Для підвищення аналітичної цінності додатково сформовано песимістичний та оптимістичний сценарії, які враховують можливі відхилення фактичної траєкторії розвитку від трендової.

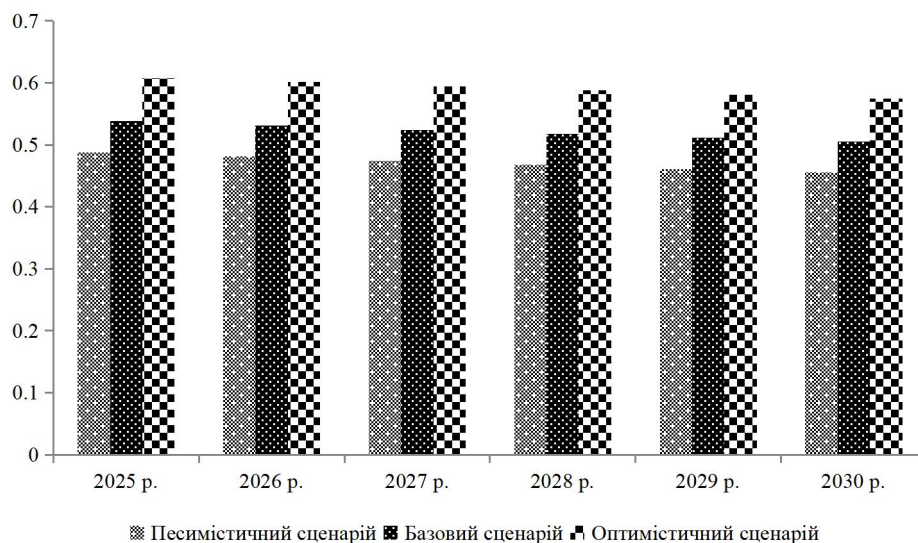


Рис.3.5 Динаміка прогнозних значень інтегрального індексу (CID)

Джерело власна розробка автора

Базовий сценарій прогнозу відображає помірно стабілізаційну траєкторію інноваційного розвитку креативних індустрій у середньостроковому періоді. Після відновлювального імпульсу, зафіксованого у 2023–2024 рр., очікується поступове вирівнювання динаміки інтегрального індексу в межах 0,50–0,54. Така динаміка характеризує адаптаційний тип зростання, що формується в умовах

обмежених інвестиційних можливостей, підвищених макроекономічних ризиків та загальної невизначеності економічного середовища.

Песимістичний сценарій передбачає повільне згортання інноваційної активності креативного сектору з поступовим зниженням значень індексу до рівня близько 0,45 у 2030 році. Реалізація цього сценарію можлива за умови збереження інвестиційного дефіциту, пролонгації воєнних загроз, обмеженого доступу суб'єктів креативних індустрій до фінансових ресурсів і недостатньої ефективності інституційної підтримки. За таких умов розвиток креативних індустрій матиме переважно екстенсивний характер і супроводжуватиметься поодинокими, несистемними інноваційними зрушеннями.

Оптимістичний сценарій характеризується стійким утриманням інтегрального індексу на рівні 0,57–0,61, що відповідає траєкторії інноваційного прискорення. Така динаміка можлива за умов активної цифрової трансформації креативних індустрій, відновлення інвестицій у людський капітал і спеціалізовану креативну інфраструктуру, а також поглиблення інтеграції України до європейського креативного та культурного простору. Ключову роль у реалізації цього сценарію відіграє цілеспрямована державна політика, спрямована на підтримку креативного підприємництва, розвиток цифрових платформ, захист прав інтелектуальної власності та стимулювання експорту креативних товарів і послуг.

Результати проведених досліджень засвідчують, що до 2030 року інноваційний розвиток креативних індустрій України перебуватиме у площині стратегічного вибору між інерційною моделлю стабілізації та моделлю інноваційного зростання. Враховуючи високу адаптивність, гнучкість та нематеріальну природу креативного сектору, саме він здатен стати одним із ключових драйверів післякризового економічного відновлення за умови посилення інституційних, фінансових і цифрових механізмів його підтримки.

Реалізація запропонованої моделі інноваційного розвитку креативних індустрій потребує формування цілісного та передбачуваного державного середовища стимулювання, здатного поєднувати фінансові, інституційні та

регуляторні інструменти підтримки. В Україні протягом останніх років спостерігається поступове зміщення державної політики у бік визнання креативних індустрій як важливого сегмента економіки знань і джерела інноваційного зростання, що відобразилося у запровадженні низки спеціалізованих програм та механізмів підтримки творчого підприємництва.

Одним із ключових інструментів прямого фінансового стимулювання стало розширення державної програми «Власна справа», у межах якої представники креативних індустрій отримали можливість залучати мінігранти в обсязі від 100 тис. до 1 млн грн для започаткування або масштабування власних проєктів. Раніше творчі професії фактично були виключені з кола отримувачів такої підтримки, тому впровадження цього механізму означає інституційне визнання ролі інноваційних креативних ініціатив у формуванні доданої вартості та зайнятості. Грантова підтримка орієнтована на широкий спектр напрямів - від кіно, музики, архітектури й дизайну до медіа, ІТ- та ігрових проєктів, реклами й видавничої справи - та може використовуватися на фінансування операційних і інвестиційних витрат, включаючи придбання обладнання, ліцензій, оренду приміщень, розробку цифрових продуктів і створення об'єктів інтелектуальної власності.

Важливу роль у формуванні сприятливого середовища відіграють фіскальні стимули, спрямовані на зниження фінансового навантаження на суб'єктів креативних індустрій. Зокрема, для культурних послуг запроваджено пільгову ставку ПДВ на рівні 7%, що застосовується при проведенні театральних, концертних і кінопоказів, а також інших мистецьких заходів. Додатково передбачено тимчасове звільнення від ПДВ при виробництві національних фільмів і відновленні кіноархівів, а також податкові та митні пільги на імпорт обладнання і матеріалів для кіновиробництва. Такі заходи зменшують собівартість творчого продукту, підвищують інвестиційну привабливість галузі та сприяють зростанню конкурентоспроможності української креативної продукції на міжнародних ринках.

Інституційна підтримка інновацій у креативних індустріях доповнюється діяльністю органів у сфері інтелектуальної власності. Національний ІР-офіс активно просуває освітні та комунікаційні ініціативи, зокрема тематичні форуми та платформи для обговорення питань цифровізації, комерціалізації та захисту прав інтелектуальної власності у творчих галузях. Паралельно розвивається освітній компонент підтримки: у закладах вищої освіти відкриваються магістерські програми з креативної економіки, а у співпраці держави, бізнесу та громадського сектору створюються інкубатори й акселератори для творчих стартапів [142]. Значну роль відіграють і конкурсні механізми фінансування інноваційних проєктів у сфері культури й креативу, що реалізуються за участю Українського культурного фонду, мережі Дія.Бізнес та Міністерства цифрової трансформації.

На стратегічному рівні важливим інституційним кроком стало офіційне включення креативних індустрій до експортної стратегії України, що закріпило їх статус як одного з пріоритетних, перспективних секторів економіки. Визнання творчих індустрій як драйвера зовнішньоекономічної діяльності орієнтоване на стимулювання експорту креативних товарів і послуг, розвиток малого та середнього підприємництва, залучення інвестицій і створення інноваційних продуктів з високою доданою вартістю.

У сукупності зазначені заходи свідчать про поступове формування в Україні багаторівневої системи державного стимулювання креативних індустрій, яка охоплює фінансову підтримку, податкові й митні стимули, розвиток цифрової та кластерної інфраструктури, освітні та інституційні механізми, а також правове забезпечення захисту інтелектуальної власності. Саме така комплексна архітектура державної політики створює передумови для реалізації інноваційних проєктів у креативному секторі та перетворення його на один із ключових чинників економічної стійкості й післякризового відновлення України. Водночас ефективність цих інструментів значною мірою залежить від здатності креативних індустрій адаптуватися до нових моделей функціонування в умовах цифрової економіки та глобалізованих ринків.

Поширення платформної економіки, стримінгових сервісів, моделей підписки, краудфандингу та цифрової дистрибуції суттєво трансформують традиційні підходи до створення, просування та комерціалізації творчих продуктів. У креативних індустріях відбувається зміщення від лінійних виробничо-збутових ланцюгів до мережевих екосистем, у межах яких творці контенту, технологічні провайдери, дистриб'ютори та споживачі взаємодіють у цифровому середовищі. Така трансформація змінює не лише канали реалізації продукції, а й логіку формування вартості, зумовлюючи зростання ролі нематеріальних активів, даних і цифрових прав доступу.

Креативні підприємства дедалі частіше орієнтуються на гнучкі бізнес-моделі, що поєднують локальне виробництво творчого контенту з можливістю масштабування на глобальних ринках. Стримінгові платформи, маркетплейси цифрового контенту та соціальні мережі дозволяють авторам, студіям і стартапам виходити на міжнародну аудиторію без значних початкових інвестицій у фізичну інфраструктуру. Краудфандингові механізми, у свою чергу, створюють альтернативні джерела фінансування творчих проєктів, знижують залежність від традиційних інвесторів і сприяють прямій взаємодії між творцями та споживачами.

Для України така еволюція бізнес-моделей відкриває істотні можливості розвитку малого і середнього підприємництва у креативній сфері, зокрема у сегментах цифрового контенту, дизайну, музики, аудіовізуального виробництва, ігрової індустрії та видавничої справи. Завдяки цифровим платформам українські креативні компанії можуть компенсувати обмеженість внутрішнього ринку та отримувати доступ до глобального попиту, формуючи нові експортні ніші з високою доданою вартістю. Водночас такі процеси потребують підвищення управлінських і цифрових компетенцій підприємців, здатності працювати з даними, інтелектуальною власністю та міжнародними стандартами.

Разом з тим, розвиток платформної економіки породжує і низку структурних викликів. Домінування глобальних цифрових платформ призводить до концентрації ринкової влади, встановлення асиметричних умов доступу до

аудиторії та перерозподілу доходів на користь великих технологічних компаній. Для локальних креативних виробників це означає підвищені ризики цінового тиску, обмежену переговорну позицію та залежність від алгоритмічних механізмів просування контенту. За таких умов особливої актуальності набуває роль держави та інституційного середовища у забезпеченні справедливих правил гри.

Інституційна підтримка трансформації бізнес-моделей у креативних індустріях має бути спрямована на зменшення ринкових ризиків і подолання асиметрії між локальними виробниками та глобальними платформами. Це передбачає розвиток національних і регіональних цифрових платформ, удосконалення механізмів захисту прав інтелектуальної власності, підтримку колективних форм монетизації контенту, а також впровадження інструментів фінансової та консультаційної допомоги для малих і середніх креативних підприємств. У поєднанні з політикою розвитку цифрових навичок і експортної підтримки такі заходи можуть забезпечити більш збалансовану інтеграцію українських креативних індустрій у глобальну платформну економіку та посилити їхній інноваційний і конкурентний потенціал.

У контексті експортної політики інноваційний розвиток креативних індустрій відіграє важливу роль у диверсифікації структури зовнішньої торгівлі та поступовому зменшенні сировинної спрямованості національної економіки. Креативні товари й послуги, засновані на інтелектуальній власності, цифрових технологіях і творчому потенціалі, характеризуються високою доданою вартістю та меншою залежністю від фізичної логістики, що є особливо актуальним в умовах воєнних та післявоєнних обмежень. Підтримка експорту креативної продукції через спеціалізовані програми, експортно-кредитні інструменти, участь у міжнародних культурних ініціативах та платформах співпраці створює можливості для інтеграції українських креативних компаній у глобальні ланцюги доданої вартості.

Розвиток цифрових каналів просування творчої продукції - онлайн-маркетплейсів, стримінгових сервісів, платформ цифрового контенту - дозволяє

українським креативним підприємствам виходити на міжнародні ринки з мінімальними транзакційними витратами та формувати прямі зв'язки зі споживачами. Водночас участь у міжнародних програмах і мережах сприяє підвищенню стандартів якості, поширенню інноваційних практик і трансферу знань, що додатково посилює конкурентоспроможність національного креативного сектору. У цьому контексті експортна орієнтація креативних індустрій набуває не лише економічного, а й іміджевого значення, сприяючи формуванню позитивного культурного бренду України на світовій арені.

Загалом інноваційні напрями розвитку креативних індустрій формують багатовимірну модель економічного зростання, у межах якої поєднуються технологічні, економічні та соціальні ефекти. Технологічні інновації забезпечують цифрову трансформацію творчих процесів, економічні - створюють додану вартість, нові робочі місця та експортні надходження, а соціальні - сприяють розвитку людського капіталу, інклюзії та зміцненню культурної ідентичності. Реалізація такої моделі потребує узгодженої взаємодії державних органів, бізнес-структур, освітніх і культурних інституцій, а також розвитку сучасної цифрової та креативної інфраструктури.

За наявності сприятливого інституційного середовища, ефективних механізмів державної підтримки та інтеграції креативних індустрій у стратегічні напрями економічної політики, цей сектор може перетворитися на один із ключових драйверів післякризового відновлення та довгострокового інноваційного розвитку економіки України. У перспективі креативні індустрії здатні виконувати роль каталізатора структурної модернізації, посилюючи стійкість економіки та забезпечуючи її адаптацію до глобальних технологічних і соціальних змін.

Креативні індустрії в умовах цифровізації та становлення економіки знань формуються як один із найбільш динамічних секторів інноваційного розвитку. Їх специфіка полягає у нематеріальному характері результатів діяльності, домінуванні людського капіталу та інтелектуальної власності, а також високій адаптивності до змін зовнішнього середовища. Саме ці особливості зумовлюють

здатність креативних індустрій швидко генерувати інноваційні продукти та створювати нові джерела доданої вартості.

Інноваційний розвиток креативних індустрій має багатовекторний характер і реалізується через поєднання технологічних і цифрових інновацій, створення нових творчих продуктів, трансформацію бізнес-моделей та розвиток соціально-інституційних механізмів. Синергія зазначених напрямів забезпечує зростання продуктивності праці, розширення ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів креативного сектору як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Поширення платформної економіки, цифрової дистрибуції, стримінгових сервісів і моделей підписки докорінно змінює традиційні підходи до організації творчої діяльності. Такі процеси відкривають значні можливості для розвитку малого і середнього підприємництва у креативній сфері та виходу українських компаній на глобальні ринки, але одночасно посилюють асиметрію ринкової влади між локальними виробниками та глобальними цифровими платформами. За цих умов зростає роль інституційного середовища, здатного мінімізувати ринкові ризики та забезпечити більш збалансовані умови функціонування креативних підприємств.

Інноваційні напрями розвитку креативних індустрій доцільно інтегрувати у ключові стратегічні напрями державної політики, зокрема у процеси смарт-спеціалізації регіонів, реалізацію експортної стратегії та цифрову трансформацію економіки. Застосування підходів смарт-спеціалізації дає змогу враховувати унікальні регіональні конкурентні переваги, формувати креативні кластери та посилювати міжгалузеві інноваційні взаємозв'язки.

Розвиток і підтримка експорту креативних товарів і послуг сприяють диверсифікації структури зовнішньої торгівлі України та зменшенню її сировинної залежності. Орієнтація креативних індустрій на зовнішні ринки створює передумови для інтеграції українських компаній у глобальні ланцюги доданої вартості, підвищення міжнародної конкурентоспроможності та формування позитивного культурно-економічного іміджу держави.

Ефективна реалізація інноваційних напрямів розвитку креативних індустрій потребує формування комплексної та узгодженої архітектури державної політики, яка поєднує фінансові стимули, інституційні механізми підтримки, розвиток цифрової інфраструктури та належний захист прав інтелектуальної власності. За таких умов креативні індустрії можуть перетворитися на один із ключових драйверів післякризового відновлення та довгострокового інноваційного розвитку економіки України.

Висновки до розділу 3

1. Запропонована авторська модель стратегічного планування орієнтована на формування цілісного інституційного поля розвитку креативних індустрій - від стратегічного планування до реалізації конкретних проєктів - із залученням державних і недержавних акторів та застосуванням гнучких фінансових, адміністративних і цифрових механізмів.

2. Аналіз динаміки результативності, інвестиційної активності, людського капіталу та структурних змін у креативних індустріях України у 2015–2024 рр. свідчить про наявність як довгострокових позитивних трендів, так і суттєвих деформацій, зумовлених кризовими шоками та інституційними зрушеннями.

3. Прогнозна динаміка інтегрального індексу розвитку креативних індустрій України відображає інерційно-відновлювальний сценарій розвитку сектора у середньостроковій перспективі до 2030 року. Отримані розрахунки свідчать про стійку висхідну траєкторію інтегрального індексу - від рівня близько 0,65 у 2025 р. до 0,85 у 2030 р., що підтверджує потенціал креативних індустрій до поступового відновлення та подальшого зростання після кризових потрясінь попередніх років.

4. Удосконалення регіонального управління розвитком креативних індустрій потребує їх системної інтеграції до регіональних стратегій розвитку та стратегій смарт-спеціалізації, що формуються на рівні областей і територіальних громад.

5. Доцільним є запровадження комплексної системи підтримки освіти за креативними спеціальностями, яка поєднувала б грантове фінансування стипендій, цільові програми підготовки кадрів і розвиток міждисциплінарних освітніх траєкторій на стику культури, цифрових технологій та підприємництва.

6. На основі узагальнення міжнародного досвіду та з урахуванням актуальних соціально-економічних потреб України доцільно запропонувати модель цілісної системи економічних і управлінських інструментів розвитку креативних індустрій.

7. Запропонована методика прогнозування дозволяє оцінити можливі траєкторії розвитку креативних індустрій України до 2030 року з урахуванням

різної інтенсивності дії економічних і управлінських інструментів, а також використовується як аналітична основа для обґрунтування сценарних управлінських рішень у сфері креативної економіки.

8. На основі узагальнення наукових підходів та результатів емпіричних досліджень доцільно запропонувати авторську класифікацію інновацій, релевантну для розвитку креативного сектору.

9. Авторська концептуальна модель інноваційного розвитку КІ може бути представлена як інноваційний ланцюг: *вхід* (ресурси та стимулюючі чинники) → *креативні підприємства* (інноваційні процеси) → *вихід* (нова продукція, послуги, бізнес-моделі, соціальні ефекти) → *економічний результат* (зростання ВВП, експорту, зайнятості, регіонального розвитку).

10. Отримані значення інтегрального індексу кількісної оцінки інноваційного розвитку креативних індустрій дозволяють відстежити динаміку інноваційної складової розвитку креативного сектору в середньостроковому періоді, а також оцінити чутливість галузі до зовнішніх економічних і інституційних шоків. Результати проведених досліджень засвідчують, що до 2030 року інноваційний розвиток креативних індустрій України перебуватиме у площині стратегічного вибору між інерційною моделлю стабілізації та моделлю інноваційного зростання.

Основні наукові результати третього розділу опубліковані у працях автора [144;147;148;154;155;156; 158; 160; 161].

ВИСНОВКИ

В процесі дослідження було визначено та обґрунтовано вплив креативних індустрій на економіку України, зокрема:

1. Встановлено, що креативні індустрії є самостійним і багатовимірним сектором сучасної економіки, сформованим на перетині культурних практик, інноваційних технологій та ринкових механізмів, у межах якого творчість і інтелектуальна власність виступають ключовими ресурсами створення економічної вартості. Еволюція теоретичних підходів - від концепції культурних індустрій до парадигми креативної економіки - відображає трансформацію ролі творчості з переважно соціокультурного феномену в стратегічний чинник економічного зростання, конкурентоспроможності та сталого розвитку, що обґрунтовує доцільність розгляду креативних індустрій як важливого об'єкта економічної політики та наукового аналізу.

2. З'ясовано, що креативні індустрії у провідних країнах світу розглядаються як стратегічний сектор економіки, який поєднує економічну ефективність із культурною цінністю та відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності й інноваційного потенціалу держав. Узагальнено, що у світовій практиці сформувалися різні моделі розвитку креативних індустрій - ринково-ліберальна, партнерська, культурно-протекціоністська та державно-інтегрована, які відрізняються ступенем державного втручання та інструментами підтримки, але мають спільні тенденції цифровізації, розвитку кластерів і стимулювання експорту. Обґрунтовано доцільність адаптації для України комбінованого підходу, що поєднує партнерську модель із елементами культурного протекціонізму та передбачає інституційну координацію, інвестиції в людський капітал і цифрову інфраструктуру.

3. Виявлено, що оцінювання економічного впливу креативних індустрій потребує комплексного підходу, який поєднує вимірювання прямого внеску у створення валової доданої вартості, зайнятість і зовнішню торгівлю з урахуванням мультиплікативних та міжгалузевих ефектів. Узагальнення

міжнародного досвіду засвідчило, що методики WIPO, ЮНЕСКО, ОЕСР, ЄС та UNCTAD є взаємодоповнювальними, однак кожна з них має власні обмеження, пов'язані з повнотою охоплення сектору, доступністю статистичних даних і ризиком подвійного рахунку. Обґрунтовано доцільність застосування для України інтегрованої методичної рамки, адаптованої до національних статистичних можливостей і викликів воєнного та повоєнного періодів, яка забезпечує більш повне відображення економічної, інноваційної та зовнішньоекономічної ролі креативних індустрій і створює інформаційну основу для формування цільової державної політики їх розвитку.

4. Доведено, що креативні індустрії України у 2020–2024 рр. сформували структурно диференційовану систему, у якій цифрово орієнтовані підсектори виявилися найбільш стійкими до кризових шоків. До 2020 року сектор забезпечував близько 4 % валової доданої вартості та понад 350 тис. робочих місць, при цьому ІТ і програмування формували близько 43 % ВДВ КІ. У період пандемії та війни доходи й кількість активних суб'єктів істотно скоротилися, однак експорт креативних і інформаційно-комунікаційних послуг зріс з 5,4 млрд дол. у 2020 р. до 7,5 млрд дол. у 2024 р., а частка цифрових форматів у доходах сектору підвищилася з 32 % до понад 60 %. Державна та міжнародна підтримка виконувала стабілізуючу функцію, пом'якшуючи спад і створюючи передумови для відновлення та подальшої трансформації креативних індустрій як одного з драйверів післявоєнного розвитку України.

5. Встановлено, що ключові економічні показники розвитку креативних індустрій України у 2020–2024 рр. характеризуються асиметричною динамікою, зумовленою поєднанням цифрової трансформації та потужних зовнішніх шоків. Частка сектору у ВВП, обсяги доданої вартості, зайнятість і податкові надходження зазнали суттєвих коливань у 2022 р., однак у 2023–2024 рр. сформувалася тенденція до стабілізації та поступового відновлення. Найбільш стійкими виявилися цифрово-орієнтовані й експортоспроможні сегменти, насамперед ІТ та креативні послуги, тоді як офлайн-інституційні галузі зберігають підвищену вразливість. Загалом креативні індустрії демонструють

здатність до адаптації та збереження економічної ролі навіть в умовах воєнної нестабільності, що підтверджує доцільність їх розгляду як важливого чинника відновлення та структурної трансформації економіки України.

6. З'ясовано, що креативні індустрії справляють комплексний і багатовимірний вплив на економіку України, поєднуючи внесок у ВВП, зайнятість, експорт, фіскальні надходження та інноваційний розвиток: у 2020–2024 рр. їх частка у ВВП зростає з 2,7 % до 3,1 %, валова додана вартість - зі 101,5 до 135,0 млрд грн, зайнятість відновилася до 335 тис. осіб, а експорт креативних товарів і послуг збільшився з 5,3 до 7,8 млрд дол. США. Сектор продемонстрував адаптивність до пандемічних і воєнних шоків завдяки цифровізації (зростання частки цифрових форматів понад 60 %), експортно орієнтованим послугам та гнучким формам зайнятості, забезпечивши сукупний фіскальний ефект до 16,9 млрд грн у 2024 р. Збереження позитивної динаміки ключових показників, зростання ролі креативних індустрій у регіональному розвитку та їх внесок у диверсифікацію економіки підтверджують стратегічну значущість сектору як одного з потенційних драйверів післявоєнного відновлення та переходу України до економіки знань і високої доданої вартості.

7. Обґрунтовано, що креативні індустрії України сформувалися як економічно значущий сектор із високою роллю людського капіталу, цифрових технологій та інноваційної активності, однак ефективність їх функціонування стримується фрагментарністю інституційного середовища, недостатньою міжвідомчою координацією, обмеженістю довгострокових фінансових інструментів і регіональними диспропорціями розвитку. Європейський досвід і результати кількісного аналізу підтверджують доцільність переходу від розрізнених програм підтримки до цілісної моделі інституційної політики, орієнтованої на стратегічне планування, кластеризацію, управління людським капіталом, цифровізацію та міжсекторальну інтеграцію. Авторська модель модернізації інституційного середовища функціонування креативних індустрій, доповнена інтегральним індексом CIDSSU та прогнозними оцінками до 2030 року, формує аналітичну основу для підвищення результативності державної й

регіональної політики та створення стійких передумов довгострокового розвитку креативного сектору в умовах післявоєнної трансформації економіки України.

8. Підтверджено, що результативний розвиток креативних індустрій потребує переходу від фрагментарного використання окремих інструментів підтримки до цілісної системи економічних і управлінських впливів, заснованої на їх комплементарності та узгодженості. Поєднання фінансових, управлінсько-освітніх, регуляторних і інфраструктурних інструментів, посилене цифровими пріоритетами та інтеграцією у регіональні стратегії smart-спеціалізації, створює умови для підвищення стійкості й конкурентоспроможності креативного сектору. Кількісні результати та сценарні оцінки свідчать, що системний характер інструментальної підтримки визначає можливість переходу креативних індустрій від адаптаційного відновлення до траєкторії прискореного зростання та їх використання як одного з драйверів післявоєнного соціально-економічного розвитку України.

9. Доведено, що інноваційний розвиток креативних індустрій має системний і багатовекторний характер та ґрунтується на поєднанні людського капіталу, інтелектуальної власності й цифрових технологій. Цифровізація, розвиток R&D, трансформація бізнес-моделей і поширення платформних рішень підсилюють конкурентоспроможність креативного сектору, розширюють його експортні можливості та здатність до адаптації в умовах кризових викликів. Узгоджена державна політика, спрямована на підтримку інноваційних і цифрових напрямів креативних індустрій, формує передумови для їх перетворення на один із драйверів післякризового відновлення та довгострокового економічного розвитку України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Економічні науки. 2014. Вип. 9(4). С. 9–13.
2. Адорно Т., Хоркгаймер М. Діалектика Просвітництва. *Філософські фрагменти* / пер. з нім. В. Бурега, О. Юдіна. Київ : Основи, 2002. 319 с.
3. DCMS. Creative Industries Mapping Document 1998. London: Department for Culture, Media and Sport, 1998. 92 p.
4. DCMS. Creative Industries Mapping Document 2001. London: Department for Culture, Media and Sport, 2001. 116 p.
5. OECD. The Culture Fix: Creative People, Places and Industries. Paris: OECD Publishing, 2022. 168 p.
6. Howkins, J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin, 2001. 288 p.
7. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002. 404 p.
8. Landry, C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. 2nd ed. London: Earthscan / Routledge, 2008. 336 p.
9. Євпак Ю. Теоретичні підходи до категорії «культурні та креативні індустрії» // *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2019. № 3. С. 15–22.
10. Australia. Department of Communications and the Arts. Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy. Canberra: Australian Government Publishing Service, 1994. 148 p.
11. Great Britain. Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Mapping Document 2001. London: DCMS, 2001. 116 p.

12. Поснова Т. В. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування / Т. В. Поснова, О. П. Химорода, Н. А. Тершак // *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. - 2018. - № 3(2). - С. 81-87
13. Throsby, D. Cultural sustainability. In: Towse, R., & Hernández, T. K. (eds.). *Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar, 2020, pp. 119–126.
14. Cunningham, S. D. *Hidden Innovation: Policy, Industry and the Creative Sector*. Brisbane: University of Queensland Press, 2013. 256 p.
15. Павлова О. Соціальні та креативні індустрії в розвитку концепції розумних міст / О. Павлова, К. Павлов, М. Блянюк, Ю. Євпак // *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. - 2019. - № 4. - С. 7-14.
16. Oakley, K. From creative industries to creative citizenship. In: *Handbook of Cultural Policy*. London: Routledge, 2018, pp. 308–323., O'Connor, J., & Kong, L. *Creative economies, creative cities: Asian-European perspectives*. Dordrecht: Springer, 2009. 257 p.
17. Щурко У. В. Креативні індустрії в Україні: тенденції та перспективи розвитку / У. В. Щурко // *Причорноморські економічні студії*. - 2019. - Вип. 48(1). - С. 172-176
18. Власенко Т. О. Діджиталізація в креативній індустрії для розвитку особистості / Т. О. Власенко, М. В. Позняк // *Молодий вчений*. - 2020. - № 10(1). - С. 14-17.
19. Чуль О.М. Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні. *Зб. наук. пр. «Економічні науки»*. Серія: «Облік та фінанси». Випуск 10 (37). Ч.5. Луцьк: ЛНТУ, 2013. С.166–173
20. Organisation for Economic Co-operation and Development. *Culture and Local Development: Maximising the Impact*. Paris: OECD Publishing, 2019. 134 p.

21. Ревчун Б. Г. Від «креативної економіки» до «креативного суспільства». *Економіка України: щомісячник політично-правовий*. 2010. №11. С.70-78.
22. Креативні індустрії та креативна економіка: теоретико-практичні аспекти взаємозв'язків [Електронний ресурс] / Н. Гусева, О. Немець // *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія : Географія. - 2025. - № 2. - С. 44-53
23. Трач Ю. Культурні та креативні індустрії в цифровому середовищі: можливості й перспективи / Ю. Трач // *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. - 2024. - Т. 7, № 1. - С. 110-122.
24. Florida, R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. – New York: Basic Books, 2002.– 404 p.
25. ЗАКОН УКРАЇНИ Про внесення змін до Закону України "Про культуру" щодо визначення поняття "креативні індустрії" URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>. (дата звернення 01.12.2025р.)
26. УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ №329/2020 URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3292020-34717> (дата звернення 01.12.2025р.)
27. Постанова Кабінету Міністрів України від 19.05.2021 № 501 URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/501-2021-п#Text (дата звернення 01.12.2025р.)
28. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.12.2021 №1677-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1677-2021-%D1%80#Text> (дата звернення 01.12.2025р.)

29. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 № 265-р
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення 01.12.2025р.)
30. Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 28.01.2021 № 44 URL: <https://mcsc.gov.ua/wp-content/uploads/2023/05/Nakaz-Ofis-KI-44-280121.pdf> (дата звернення 01.12.2025р.)
31. Throsby, D. *Economics and Culture*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 212 p.
32. Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. – London: Penguin Books, 2001. – 288 p.
33. Castells, M. *Communication Power*. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 571 p. Chesbrough, H. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. – Boston: Harvard Business School Press, 2003. – 272 p.
34. UNCTAD. *Creative Economy Outlook and Country Profiles: International Trade in Creative Industries 2015–2020*. – Geneva: UNCTAD, 2022. – 146 p.
35. Тимошенко, О. В., Франчук, Л. А. (2022). Основні тенденції та перспективи розвитку секторів креативної економіки в Україні. *Бізнес Інформ*, (1), 39-46.
36. Прокопенко С. Аналіз бізнес-екосистем в контексті розвитку креативних індустрій // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. 2024. № 6 (336). С. 136–143.
37. Ханін С. Інноваційна спроможність регіональних економічних систем в умовах становлення креативної економіки: сучасні виклики для України // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. 2025. № 1 (338). С. 441–445.
38. Березюк-Рибак І. Р., Ганжала І. В., Ільченко Н. В. Роль креативних індустрій у контексті інноваційного розвитку України // *Збірник*

наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2023. Вип. 68. С. 102–111.

39. Маріанна К. Вплив сектору інформації та комунікації на просторовий розвиток і поствоєнну відбудову креативних індустрій в економіці України // Економічний форум. 2023. Т. 1, № 3. С. 12–21.

40. NCTAD. Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries 2002–2015 and Country Profiles. – Geneva: UNCTAD, 2018. – 118 p

41. Власова В. Стратегічний вектор розвитку креативного підприємництва // Економіка та суспільство. 2022. Вип. 46.

42. Філюк Г., Колоша В. Креативна економіка: сутність, еволюція, вплив на соціально-економічний розвиток // Науковий вісник ЧНУ імені Юрія Федьковича. Серія : Економіка. 2025. № 1. С. 63–69.

43. Захаров Є. В. Я. Філософський аналіз креативності людини як чинника економічної діяльності (через феномен креативної економіки) // Культурологічний альманах. 2024. № 3. С. 212–218.

44. Landry, C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. – London: Earthscan, 2000. – 352 p. Pratt, A. C. The Cultural Economy and the Global City. – International Journal of Urban and Regional Research, 2008, 32(1), pp. 117–139.

45. Howkins, J. Creative Economy: 2020 Update. – London: Penguin, 2020. – 304 p.

46. Безугла Л., Лазакович І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни // Економіка та суспільство. 2024. Вип. 63.47. UNESCO. Culture 2030 Indicators. – Paris: UNESCO, 2019. – 108 p.

48. Towse, R. A Textbook of Cultural Economics. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 637 p. Pratt, A. C. The cultural economy: a call for spatialized ‘production of culture’ perspectives. International Journal of Cultural Studies. 2004. Vol. 7, No. 1. P. 117–128.

49. UNESCO. The UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS). Montreal : UNESCO Institute for Statistics, 2009. 53 p.
50. Throsby, D. Economics and Culture. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 208 p.
51. Comunian, R., & England, L. Creative clusters and the evolution of knowledge and skills: From industrial to creative glassmaking. *Geoforum*, 2019, 99, pp. 238–247. Heshmati, A. Measurement of a multidimensional cultural and creative economy index. *International Journal of Cultural Policy*, 2019, 25(5), pp. 669–687.
52. Frey, B. S., & Pommerehne, W. W. *Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts*. Oxford : Basil Blackwell, 1989. 220 p.
53. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації // *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. № 6. С. 143–150.
54. Смолінська С., Гнаткович О., Сич О. Політика розвитку креативних індустрій ЄС // *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43.
55. Towse, R. (Ed.). *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019. 669 p.
56. Європейський парламент. Резолюція Європейського парламенту від 12 вересня 2013 р. щодо сприяння культурним та креативним секторам як джерелу економічного зростання та створення робочих місць (2012/2302(INI)) URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52013IP0368> (дата звернення: 09.08.2025).
57. European Statistical System Network on Culture (ESSnet-Culture). *Final Report, 2012* [Електронний ресурс]. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012. – 238 p.
58. Bakhshi, H., & Throsby, D. *New technologies in cultural institutions: Theory, evidence and policy implications* [Електронний ресурс] / Hasan Bakhshi, David Throsby. – London: Nesta, 2010. – 72 p.

59. Higgs, P., Cunningham, S., & Bakhshi, H. Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom [Електронний ресурс] / Peter Higgs, Stuart Cunningham, Hasan Bakhshi. – London: Nesta, 2008. – 94 p
60. Hesmondhalgh, D. Cultural industries and cultural policy // *International Journal of Cultural Policy*. – 2008. – Vol. 14, No. 1. – P. 95–109.
61. Marcus, D. *Happy Medium: Television, Publicness, and National Identity*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2013. 312 p.
62. Kim, H. J. The Economic Contribution of Creative Industries to National Economies: A Comparative Analysis of OECD Countries. *Journal of Cultural Economics*, 2020, Vol. 44, No. 3, pp. 413–435.
63. Gibson, C., Connell, J. Urban Cultural Policy and Music-Making: Sydney's Inner City. *Australian Geographer*, 2004, Vol. 35, No. 3, pp. 317–331
64. Пакуліна А. А., Белоглазова К. В., Пакуліна Г. С. Розвиток креативної економіки в умовах протистояння глобальній кризі // *Економіка та управління національним господарством*. 2019. Вип. 3. С. 76–82.
65. Ishchuk Y. Статистичне забезпечення креативної економіки // *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2020. Т. 2, № 6. С. 46–54.
66. Гребенюк Н. О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення // *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. Вип. 13. С. 12–17.
67. KEA European Affairs. *The Impact of Cultural and Creative Sectors on the European Economy*. Brussels: KEA European Affairs, 2019. 72 p.
68. Throsby, D. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 208 p.
69. Florida, R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. 404 p.

70. Higgs, P., Cunningham, S., & Bakhshi, H. *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom*. London: NESTA, 2008. 74 p.
71. Родіонова І. В. Методи оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств // *Економіка розвитку*. 2013. Вип. 4. С. 96–99.
72. Свищук І. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні // *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 1 (52). С. 150–157.
73. Miller, R. E., Blair, P. D. *Input–Output Analysis: Foundations and Extensions*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. 784 p.
74. Лошковська Х. С. Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу / Х. С. Лошковська // *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. - 2014. - Вип. 119(2). - С. 153-158.
75. Potts, J. *Creative Industries and Economic Evolution*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2011. 240 p.
76. KSE Institute. *Креативні індустрії в Україні: економічний внесок, потенціал розвитку та державна політика*. Аналітичний звіт. Київ : Київська школа економіки, 2020. 48 с.
77. Іванченко Н., Оконський М. Рекламно-комунікаційна індустрія України: вплив факторів макросередовища // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. 2023. № 6 (324). С. 215–219.
78. Shvets I. Музична та аудіовізуальна індустрії як простір цифрової інклюзії // *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2025. № 1. С. 86–95.
79. Xia W., Rusyn Y. Музичне мистецтво як засіб особистісного та соціокультурного розвитку у сучасному суспільстві // *Educational Scientific Space*. 2024. Т. 1, № 7 (2). С. 18–27.
80. Мазур О., Сергій К. Вплив цифрової трансформації на розвиток креативних індустрій // *Аспекти публічного управління*. 2024. Т. 12, № 1. С. 121–128.

81. Reznikova N., Vovk V., Ptashchenko L. Формування міжнародної конкурентоспроможності ІТ-сектору: стратегічні чинники та кіберризики // *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2025. № 1 (15). С. 439–449.
82. Ринкевич, Наталя Сергіївна. "Трансформація організаційної культури підприємств в умовах модернізації." *Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису*. Інститут економіки промисловості НАН України. Київ (2020).
83. Березюк-Рибак І. Р., Ганжала І. В., Ільченко Н. В. Роль креативних індустрій у контексті інноваційного розвитку України // *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Серія : Економічні науки. 2023. Вип. 68. С.102–111.
84. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації // *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип. 6. С. 143–150.
85. Бакуліна Н., Фалович В. Розвиток креативних індустрій в Україні: аналіз і оцінка // *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. Вип. 24. С. 24–32.
86. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації // *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 151–157.
87. Свищук І. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні // *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 1 (52). С. 150–157.
88. Благун І. І. Фінансові аспекти інвестиційної діяльності креативних індустрій // *Сучасні виклики та тенденції розвитку фінансової системи*. С. 157.
89. Бочко О. Ю., Когут В. А. Аналізування ІТ галузі України в період війни // *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. 2024. Вип. 43. С. 141–147.

90. Гусєва Н., Нємець О. Креативні індустрії та креативна економіка: теоретико-практичні аспекти взаємозв'язків // *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія : Географія. 2025. Т. 59, № 2. С. 44–53.
91. Мащак Н., Ворона Д. Дослідження поведінки українських споживачів на ринку товарів для активного відпочинку в умовах війни // *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 53.
92. 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>
93. Міністерство культури та інформаційної політики України. Збитки культурної інфраструктури внаслідок збройної агресії РФ: *аналітична довідка*. Київ : МКІП, 2023. 22 с.
94. UNESCO. Ukraine: Damage and Needs Assessment in the Culture and Creative Sectors. Paris : UNESCO, 2023. 36 p.
95. UNESCO. Culture in Times of Crisis: Assessment of War Damage to Cultural and Creative Industries in Ukraine. Paris : UNESCO Publishing, 2024. 44 p.
96. ICOMOS Ukraine. Звіт про втрати культурної спадщини та креативної інфраструктури України внаслідок війни. Київ : ICOMOS, 2023. 28 с.
97. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень // *Питання культурології*. 2022. № 39. С. 63–77.
98. Karasova N. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку // *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. № 3. С. 110–120.
99. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Київ : *Центр аналізу міжнародної торгівлі Trade*, 2021. 111 с.

100. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Економічні науки. 2014. № 9 (4). С. 9–13.
101. Маруховська-Картунова О. О. Розвиток сфери культурних та креативних індустрій в Україні в контексті євроінтеграційних процесів // *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2022. С. 28–38.
102. Літовченко Б. Зародження креативної школи менеджменту: ретроспективний аналіз // *Журнал європейської економіки*. 2016. № 15 (4). С. 369–385.
103. Безугла Л., Лазакович І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни // *Економіка та суспільство*. 2024. № 63.
104. Копійка Д. В. Структурна динаміка креативного сектору глобальної економіки // *Стратегія розвитку України*. 2018. № 2. С. 148–152
105. UNCTAD. *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva : United Nations, 2022. 140 p.
106. Дуняшенко О. О., Царьова І. В. Креативні ініціативи – запорука успіху розвитку індустрії в Україні // *Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції “Modern problems of science, education and society”* (17–19 липня 2023). Київ: SPC “Sci-conf.com.ua”, 2023. С. 713.
107. Шацька З. Я., Халіляєва О. В. Галузі креативної економіки: економічна політика та інвестиційна привабливість // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*. Київ: Київський національний університет технологій та дизайну, 2022.
108. Пузирьова П., Садовський Є. Екосистема інноваційних ІТ-кластерів в контексті цифрової трансформації та сталого розвитку // *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2025. № 1 (77). С. 42–53.
109. Леонова С. В. Креативізація як вектор сталого розвитку сучасної економіки // *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.*

I. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. № 30 (69, 2). С. 133–138.

110. Приходько В. П., Єгорова О. О., Джуган О. В. Досвід ЄС у розвитку креативної економіки // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 24 (3). С. 48–52..*

111. Karasova N. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку // *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 2019. № 3. С. 110–120.*

112. European Commission. Horizon Europe Work Programme 2021–2027.

113. Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККиМ, 2024. 222 с.

114. Nordic Council of Ministers. Copenhagen, 2020.

115. Musina L., Kvasha T. Розроблення дорожньої карти НТІ для ЦСР в Україні, орієнтованої на місії // *Ekonomichnyy analiz. 2023. Т. 33, № 4. С. 17–31.*

116. Кізима Т. О. Фінансове забезпечення розвитку культурно-мистецьких індустрій в Україні // *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. 2017. № 6. С. 47–51.*

117. Поснова Т. В., Теліщук М. М. Відновлення розвитку креативної економіки в регіонах України // *Регіональна економіка. 2023. № 1. С. 14–22.*

118. Поснова Т. В., Креативний людський капітал як чинник інноваційного розвитку економіки // *Економічний простір. 2019. № 141. С. 172–182.*

119. Прокопенко С. Напрямки підвищення ефективності використання діджитал інструментів маркетингу для розвитку креативних індустрій територій // *Економіка та суспільство. 2024. № 70.*

120. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. URL: https://culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf (дата звернення: 01.12.2025р.).
121. Комеліна О. В., Комеліна А. А. Сутнісні засади інтелектуалізації та комерціалізації знань в умовах формування креативної моделі розвитку економіки // *NEW ECONOMICS*. 2023. № 273.
122. Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014–2020).
123. Regulation (EU) 2021/523 of the European Parliament and of the Council of 24 March 2021 establishing the InvestEU Programme. Official Journal of the European Union. 2021. L 107. P. 30–89.
124. Ткаленко С. І., Жулід-Христосенко Ю. О. Кластеризація креативних індустрій Європейського Союзу // *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 4(4). С. 86–92.
125. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.
126. Плецан Х. В. Становлення та розвиток інституційної спроможності діяльності креативних індустрій в Україні: культурологічний аналіз // *Культурологічний альманах*. 2022. № 3. С. 236–254.
127. Дуняшенко О. О., Царьова І. В. Креативні ініціативи–запорука успіху розвитку індустрії в Україні // *The 5th International scientific and practical conference “Modern problems of science, education and society”* (17–19 лип. 2023), SPC “Sci-conf.com.ua”, Київ, Україна. 2023. С. 713.
128. Безугла Л., Лазакович І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни // *Економіка та суспільство*. 2024. № 63.

129. Юринець Ю. Л. Проблеми фінансування культури в Україні в контексті міжнародних зобов'язань країни: адміністративно-правовий аспект // *Юридичний вісник*. 2016. № 2(39). С. 100–107.
130. Василець В. О. Перспективи розвитку креативної економіки в ЄС: досвід для України // *Матеріали 85-ї наукової студентської конференції «Інноваційний прорив України: креативні ідеї та проекти»* (25 квіт. 2018). 2018. С. 149.
131. Чала Н. Д. Чи стануть креативні індустрії драйверами економічного зростання в Україні? // *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2018. № 3, вип. 1. С. 115–119.
132. Шевчук І., Шевчук Я. Особливості управління підприємствами креативних індустрій // *Дослідження та інновації*. 2025. Т. 1(2(5)). С. 19–25.
133. Regulation (EU) 2021/1060 of the European Parliament and of the Council of 24 June 2021 laying down common provisions on the European Regional Development Fund, the European Social Fund Plus, the Cohesion Fund and other funds. Official Journal of the European Union. 2021. L 231. P. 159–706.
134. Панченко В. В. Досвід державної політики фінансування сфери культури та практики залучення позабюджетних коштів на її розвиток у державах Європи // *Економіка та держава*. 2014. № 5. С. 141–145.
135. Shekhlovych A. Світовий досвід управління інституційними механізмами забезпечення інноваційної безпеки держави // *Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право*. 2015. № 1. С. 414–418.
136. Васильців Т. Г., Левицька О. О. Методичні підходи до аналізування креативних та інформаційно-знанневих чинників у реалізації моделі смарт-спеціалізації в регіонах ЄС // *Регіональна економіка*. 2020. № 2. С. 153–162.
137. Швець І. Г. Трансформація креативних індустрій в контексті розвитку інноваційних технологій // *Актуальні питання, проблеми та*

перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі. 2024. С. 364.

138. Марченко О. С. Креативні індустрії як фактор розвитку міжнародних економічних відносин // *Municipal economy of cities. Series: Economy science*. 2025. Т. 7(195). С. 9–16.

139. Федорова Н. Класифікація креативних індустрій: підходи міжнародних організацій, Європи, Азії, США та України // *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2024. № 2. С. 126–135.

140. Ладиченко К. І., Чернищенко К. І. Креативні індустрії як фактор зміцнення економічної стійкості держави // *Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Економічна стійкість країн у світовому господарстві»*. 2024. С. 70.

141. Ключовий К., Колісніченко Н. М. Креативність та соціальні інновації як ключовий елемент ефективного публічного управління. *Розвиток креативності як ресурсу інноваційного потенціалу особистості: психолого-педагогічні аспекти*. 2025. С. 228.

142. Осадча О., Неделько Д. Інституційно-освітні практики стимулювання креативності в системі розвитку людського капіталу // *Економічні горизонти*. 2025. Т. 4(33). С. 45–56.

143. Синиця, В.А. Зарубіжний досвід механізму формування інноваційної інфраструктури. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022, № 3 (8). С. 73-80. DOI: 10.30857/2786-5398.2022.3.7

144. Синиця, В.А. Креативні хаби та кластери: нові центри економічного розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024, №70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-6>

145. Синиця, В.А. Медіа та реклама як рушійні сили креативної економіки. *Економіка та суспільство*. 2025, №75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-83>

146. Синиця, В.А. Креативні індустрії та розвиток туризму: економічні перспективи. Причорноморські економічні студії. 2025, №91. С.59-63. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.91-9>
147. Синиця, В.А. Креативні індустрії у моделі післявоєнного економічного відновлення України. *Економічний аналіз*. 2025, №3.
148. Синиця, В.А. Державна економічна політика підтримки креативних індустрій: ефективність та обмеження. *Економічний аналіз*. 2025, №4.
149. Синиця, В.А. Креативні індустрії, як основа розвитку сучасного світу. *Економіка відновлення міст : Зб. матеріалів Міжнародного урбаністичного форуму*, м. Київ, 22-23 березня 2023р. С. 364–366. URL:<https://ir.kneu.edu.ua/bitstreams/fbb23c8e-c30c-43d1-ba06-1c7020a47724/download>
150. Синиця, В.А. Цифровий контент як інструмент війни: вартість споживання, економічні та соціальні наслідки. *Science, theory and ways to improve methods: Зб. матеріалів XVII Міжнар. наук.-практич. конф.*, м. Лондон, 3 травня 2023 р. С. 91–93. URL: <https://eu-conf.com/events/science-theory-and-ways-to-improve-methods/>
151. Синиця, В.А. Креативність як елемент розвитку підприємництва. *Theoretical and applied aspects of the development of science: Зб. матеріалів XVIII Міжнар. наук.-практич. конф.*, м. Більбао, 09-12 травня 2023р. С. 122–124. URL: <https://isg-konf.com/theoretical-and-applied-aspects-of-the-development-of-science/>
152. Синиця, В.А. Важливість та значення культурної спадщини для збереження національної ідентичності народу. *Соціальна відповідальність людства в контексті аксіологічних трансформацій: Зб. матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції "КЗВО ОАНО Одеської обласної ради"*, 20 вересня 2023р. С.81-83 URL:<https://dspace.oano.od.ua/handle/123456789/226>

153. Синиця, В.А. Міжнародний досвід формування креативних індустрій. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації: Зб. матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції КНУТД. 6 жовтня 2023р. С.143-145 URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25894>*

154. Синиця, В.А. Креативність та інновації: синергія в економіці України. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: Зб. матеріалів IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. К. : КНУТД, 17 листопада 2023р. Т. 1. С. 104-110 URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26555>*

155. Синиця, В.А. Вплив технологічних змін на креативні індустрії. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку. Зб.матеріалів V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, КНУТД, 2024р., С.659-661 URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/27282/1/IMPER_2024_P659-661.pdf*

156. Синиця, В.А. Стратегії підтримки малого та середнього бізнесу креативних індустрій у кризових умовах. *Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні: Зб.матеріалів II Всеукраїнської наук.-практ. конференції, м. Київ, 8 жовтня 2024р. С.140–144. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/28400/1/PRPSZISPU_2024_P140-144.pdf*

157. Синиця, В.А., Бондаренко С.М. Міжнародне співробітництво у проєктах креативних індустрій: можливості для України. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті: Зб.матеріалів XV Міжнар. наук.-практ. конф. фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. — Одеса : ОДАБА, 17-18 жовтня 2024р. С.66–71(0,2 друк. арк.) URL: <https://surl.li/gcvehr>*

158. Синиця, В.А. Економічні ефекти інвестицій у креативні індустрії: роль стратегічного менеджменту. Сучасні проблеми менеджменту: *Зб.матеріалів XX Міжнародної наук.-практ. конференції. НАУ*, м. Київ, 25 жовтня 2024р. С.163–165. URL: <https://mzedp.nau.edu.ua/xx-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiia-suchasni-problemy-menedzhmentu-20-zhovtnia-2024-roku/>

159. Синиця, В.А. Міжнародний досвід підтримки та розвитку креативних індустрій та можливості його адаптації в Україні. Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях: *Зб.матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів*, КНУТД, м. Київ, 28 березня 2025 р. С. 218-220. URL:<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/30276>

160. Синиця, В.А. Стійкість креативних індустрій до економічних і воєнних шоків. *Економічний дискурс*, (4), 116-124. <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-12>

161. Синиця, В.А. Роль креативного бізнесу в структурі економіки громади. *Зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційна екосистема для відбудови України: Інтеграція науки, освіти та бізнесу»*, 3 жовтня 2025 р., м. Київ, КНУТД. С. 311-313. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32609>

ДОДАТКИ

Додаток А
Таблиця А.1

Порівняльна таблиця підходів до вимірювання та розвитку креативних індустрій
Країни: Велика Британія, США, Республіка Корея, Австралія

Країна/модель	Визначення та охоплення	Статистичний інструмент / метод	Ключові індикатори	Інституційне забезпечення	Сильні сторони	Обмеження	Результати/статистика (останні роки)	Уроки та адаптація для України
Велика Британія (DCMS/NESTA)	Широке визначення «креативних індустрій» (13+ секторів): від реклами, архітектури, дизайну, моди до фільмів, музики, ігор; фокус на творчих професіях та ІВ.	Метод «креативної інтенсивності»: виявлення галузей за часткою творчих професій у 4-значних SIC; регулярні щорічні оцінки DCMS.	ВВП (GVA), зайнятість, експорт, продуктивність; розріз по секторах (ІТ/софт, дизайн/мода, медіа, реклама тощо).	DCMS; NESTA; ONS (статистика); крос-урядові стратегії та кластери.	Гнучка і прозора класифікація; стабільні часові ряди; висока політична підтримка; сильний цифровий фокус.	Залежність від застарілих SIC-кодів; пороговість інтенсивності; широта охоплення ускладнює міжнародні зіставлення.	≈£120–125 млрд GVA (~5–6% ВВП); ≈2,0–2,3 млн зайнятих; швидше зростання за економіку загалом (2010–2022).	Запровадити підхід «креативної інтенсивності» на базі КВЕД+класифікатора професій; регулярна державна звітність; оновлення класифікаторів під цифрові підсектори.
США (BEA/ACPSA)	«Arts & Cultural Production»: фокус	Супутниковий рахунок ACPSA, інтегрований у SNA; моделі	ВВП (додана вартість), зайнятість,	BEA + National Endowment for the	Висока методична надійність; інтеграція в	Вужче охоплення, ніж у DCMS (обмежений	\$1,0–1,2 трлн ВВП (~4–4,5%); 5–5,5 млн зайнятих; темпи	Інтегрувати «супутниковий рахунок культури» в

	на мистецтві, культурі, медіа, дизайні та рекламі; меншою мірою – загальний ІТ-сектор.	Input–Output для прямих/непрямих ефектів; штатні оцінки.	компенсація праці, валовий випуск; регіональні зрізи; мультиплікатори.	Arts; широка міжвідомча координація.	нацрахунки; деталізація по підгалузях і регіонах; аналіз мультиплікаторів.	ІТ/дигітал за межами мистецтва); менше соціокультурних індикаторів.	зростання вищі за ВВП (останні роки).	систему нацрахунків; застосувати І–О моделі для мультиплікаторів; будувати регіональні/кластерні профілі.
Республіка Корея (MCST/KOFICE)	Контент-індустрія як ядро: К-поп, К-drama, кіно, анімація, ігри; плюс традиційні мистецтва; сильна експортна орієнтація.	Щорічні «White Papers/Cultural Industry Statistics»; комбінування економічних і «м'якої сили» метрик; галузеві реєстри.	Виробництво, продажі, експорт; зайнятість; показники міжнародної аудиторії/впливу; кластери/парки.	Міністерство культури, спорту і туризму; КОССА; цільові фонди, інкубатори, експортні програми.	Стратегічний експорт; тісний зв'язок з брендом країни; інфраструктура кластерів; вимір культурної дипломатії.	Ризик надконцентрації в медіа-нишах; значна частка державного фінансування; недоврахування «малих» культурних практик.	Експорт культурного контенту ≈ \$10–13 млрд/рік; 600–700 тис. зайнятих; суттєві «spillovers» у туризм/споживчі товари.	Укріпити експортні інструменти (кредитування, гарантії, маркетинг); створити культурно-креативні парки; вимірювати «м'яку силу» (аудиторії, індекси впливу).
Австралія (ABS/Creative Trident)	Комбінація «культурного рахунку»	Супутникові рахунки культури/креативності; аналіз професійної	Частка у ВВП, зайнятість (у т.ч. «вбудована»	ABS + профільні департаменти	Охоплює «широку» креативну економіку; регіональна	Проблеми обліку фрилансу/мікробізнесу; потенційний подвійний	Культура і креативність ~6–6,5% ВВП; зростання зайнятості	Поєднати супутниковий рахунок із «Creative Trident»;

	та моделі Creative Trident (творчі в креативних галузях; творчі в інших галузях; підтримка в креативних).	структури (QUT/NESTA-підхід); регіональні зрізи.	креативність), структура підприємств; регіональні та кластерні показники.	штатів; партнерства з університетами (QUT, UTS тощо).	чутливість; діалог статистики і академічних інновацій.	рахунок; потреба у спеціальних опитуваннях.	вищими темпами за середні; лідерство у цифровому контенті/дизайні.	врахувати «вбудовану» креативність; розвивати регіональні кластери і статистику фрилансу.
--	---	--	---	---	--	---	--	---

Порівняльна характеристика методів збору та аналізу даних для оцінки економічного впливу креативних індустрій

Метод / Підхід	Сутність методу	Переваги	Обмеження / Ризики	Приклади застосування в Україні
Фіксований перелік галузей (класифікація за КВЕД / ISIC)	Визначення переліку видів економічної діяльності, що належать до креативного сектору, на основі міжнародних або національних стандартів	Простота, можливість порівняння між країнами, стабільність	Ризик відставання від нових трендів; можлива неповнота охоплення	Використання КВЕД-2010 для підготовки секторальної статистики Держстату
Модель творчої інтенсивності	Визначення частки творчих професій у будь-якій галузі (навіть поза культурним сектором)	Враховує креативний сегмент у "нетворчих" галузях	Потребує детальних даних про професії; складність збору	Застосування на основі обстеження робочої сили для визначення частки творчих професій
Виробничо-функціональний підхід (UNESCO FCS)	Класифікація за культурними доменами та функціями (створення, виробництво, розповсюдження, збереження, споживання)	Гнучкість, охоплення повного циклу створення цінності	Високі вимоги до деталізації даних; складність імплементації	Може застосовуватись при розробці "Культурних рахунків України"
Використання офіційної статистики (ВВП, ВДВ, зайнятість, експорт)	Аналіз секторальних показників за даними національних рахунків, структурної статистики підприємств, зовнішньоторговельних звітів	Репрезентативність, регулярність публікацій	Дані можуть бути агрегованими; відсутність окремих показників для креативних галузей	Розрахунок частки креативних індустрій у ВВП України
Податкові та адміністративні дані	Аналіз звітності підприємств і ФОПів, податкових надходжень,	Деталізація до рівня підприємства; охоплення офіційного бізнесу	Не враховує тіньовий сектор; обмежений доступ	Дані ДПС України про кількість ФОПів у

	ліцензійних платежів			дизайні, рекламі, ІТ
Галузеві звіти та асоціації	Збір даних з професійних спілок, асоціацій, галузевих організацій	Доступ до унікальної статистики (тиражі, касові збори, кількість подій)	Може бути неповним або вибірково	Дані Української кіноасоціації, Українського інституту книги
Опитування та кейсові дослідження	Збір первинних даних через анкетування, інтерв'ю, аналіз конкретних прикладів	Можливість врахування неформального сектору; гнучкість	Суб'єктивність, обмежена репрезентативність	Опитування учасників фестивалів та ремісничих ярмарків
Міжгалузеве моделювання (input-output, SAM)	Оцінка непрямих і індукованих ефектів через міжгалузевий баланс	Визначає повний економічний вплив, мультиплікатори	Високі вимоги до статистичної бази, спеціалізоване ПЗ	Модель Леонтєва для оцінки впливу кіноіндустрії
Бенчмаркінг та міжнародні порівняння	Порівняння з іншими країнами чи регіонами за однаковими індикаторами	Виявлення резервів зростання; міжнародна інтеграція	Необхідність уніфікації методики; різна доступність даних	Порівняння частки ВВП креативних індустрій України з країнами ЄС
Якісний контент-аналіз	Пояснення статистичних змін через тренди, культурну політику, історії успіху	Поглиблює інтерпретацію даних; виявляє причинно-наслідкові зв'язки	Суб'єктивність оцінки; потреба в експертних знаннях	Аналіз впливу державних грантових програм на розвиток кіно та музики



**УЗИНСЬКА МІСЬКА РАДА
БІЛОЦЕРКІВСЬКОГО РАЙОНУ
КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

вул. Незалежності, 16/1, м. Узин, Київська область, 09161, тел./факс: (0456) 32-11-55/32-12-55
www.uzyn.gov@ukr.net код ЄДРПОУ04054990

« 09 09 2025 р. № 03-10-806 на № _____ від « _____ » _____ 2025 р.

ДОВІДКА

про практичне впровадження результатів дисертаційного дослідження
на тему: *«Креативні індустрії та їх вплив на економіку України»*

На підставі результатів дисертаційного дослідження у структурі Стратегії розвитку громади на 2026 рік передбачено створення спеціального розділу *«Креативна економіка»*. У ньому буде закладено комплекс заходів, спрямованих на підтримку культурно-мистецьких ініціатив, розвиток традиційних і сучасних ремесел, становлення крафтового виробництва, активізацію туристичного потенціалу, запровадження ІТ-сервісів та освітніх інноваційних проєктів.

З 2026 року у межах громади планується **створення Центру креативних індустрій** – комунальної багатофункціональної платформи для розвитку малого та середнього бізнесу, підтримки стартапів, а також стимулювання самозайнятості населення. Запровадження цього інституційного рішення повністю відповідає висновкам і рекомендаціям дисертаційного дослідження, яке наголошує на важливості створення локальних платформ для мобілізації людського капіталу та стимулювання підприємницької активності.

Особливої уваги заслуговують пропозиції щодо розвитку механізмів державно-приватного партнерства. Такий підхід дозволить поєднати бюджетні ресурси громади з приватними інвестиціями, залучити кошти

міжнародних грантових програм, а також забезпечити довгострокову сталість проектів у сфері креативної економіки.

Очікується, що реалізація зазначених заходів забезпечить зростання ролі креативного бізнесу у структурі економіки громади, сприятиме створенню нових робочих місць для молоді та висококваліфікованих фахівців у сферах культури, інформаційних технологій, ремесел і туризму.

Міський голова



Віталій ГРИНЧУК



КИЇВСЬКА ОБЛАСНА РАДА VIII СКЛИКАННЯ

пл. Лесі Українки, 1, м. Київ-196, 01196, тел. 286-83-59, факс 286-83-48
E-mail: oblrada@kor.gov.ua, Web: <http://kor.gov.ua>, Код ЄДРПОУ 24572267

23.10.2025 № 2393/03

на № _____ від _____

Довідка

про практичне впровадження результатів дисертаційного дослідження
на тему: *«Креативні індустрії та їх вплив на економіку України»*

На підставі результатів дисертаційного дослідження у діяльність обласного управління культури інтегровано низку практичних заходів, спрямованих на розвиток креативних індустрій як чинника соціально-економічного зростання регіону. У Стратегії розвитку культури Київської області до 2026 року передбачено напрям «Креативна економіка регіону», що поєднує традиційну культурно-мистецьку діяльність із сучасними формами творчості, розвитком культурного туризму та впровадженням цифрових сервісів. Для реалізації цього напрямку створено Координаційний центр креативних індустрій, покликаний координувати партнерські проекти між театральними й музичними установами, закладами освіти, туристичними організаціями та приватним сектором, виконуючи функцію регіонального «хабу» для поєднання культури, інновацій і підприємництва.

Практичне впровадження результатів дослідження здійснюється через низку ініціатив: програму грантової підтримки митців і стартапів, створення мережі креативних просторів у громадах області, розвиток культурного туризму та інтерактивних маршрутів, цифровізацію культурних послуг через онлайн-платформу, міжнародне партнерство у сфері культурної дипломатії,

освітні проекти для молоді та формування бренду області як «креативного регіону».

Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню культурно-економічного потенціалу регіону, створенню нових робочих місць, зростанню доходів від культурного туризму, залученню інвестицій та формуванню позитивного іміджу області на національному й міжнародному рівнях.

В.о. голови ради



Ярослав Добрянський



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, 01011, тел./факс: 280-05-12, тел. 256-84-23
E-mail: knutd@knutd.edu.ua Web: http://www.knutd.edu.ua Код ЄДРПОУ 02070890

08.06.2020 № 02-58/1139

На № _____ від _____

*Про впровадження результатів
дисертаційного дослідження*

ДОВІДКА

про впровадження в освітній процес результатів дисертаційного дослідження
СИНИЦІ ВОЛОДИМИРА АНДРІЙОВИЧА
на тему: «Креативні індустрії та їх вплив на економічний розвиток України»,
подану на здобуття ступеня доктора філософії
за спеціальністю 051 - Економіка
галузі знань 05 - Соціальні та поведінкові науки

Теоретичні результати та науково-практичні рекомендації дисертаційного дослідження Синиці Володимира Андрійовича на тему «Креативні індустрії та їх вплив на економічний розвиток України» впроваджено в освітній процес Київського національного університету технологій та дизайну МОН України при викладанні дисципліни «Креативний менеджмент» для студентів спеціальності В12 «Культурологія та музеєзнавство», освітня програма «Культурологія».

У процесі оновлення змісту навчальної дисципліни впроваджено результати дисертаційного дослідження, а саме рекомендації стосовно удосконалення управління креативними організаціями, формування креативного середовища для розвитку та підтримки інноваційних проєктів організацій сектору креативних індустрій.

Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)
Київського національного університету технологій та дизайну



Олександра ОЛЬШАНСЬКА

Додаток Д

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Статті у наукових виданнях,
включених до переліку наукових фахових видань України*

1. Синиця, В.А. Зарубіжний досвід механізму формування інноваційної інфраструктури. *Журнал стратегічних економічних досліджен.* 2022, № 3 (8). С. 73-80. DOI: 10.30857/2786-5398.2022.3.7 (0,5 друк. арк.)
2. Синиця, В.А. Креативні хаби та кластери: нові центри економічного розвитку в Україні. *Економіка та суспільство.* 2024, №70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-6> (0,5 друк. арк.)
3. Синиця, В.А. Медіа та реклама як рушійні сили креативної економіки. *Економіка та суспільство.* 2025, №75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-83> (0,4 друк. арк.)
4. Синиця, В.А. Креативні індустрії та розвиток туризму: економічні перспективи. *Причорноморські економічні студії.* 2025, №91. С.59-63. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.91-9> (0,5 друк. арк.)
5. Синиця, В.А. Креативні індустрії у моделі післявоєнного економічного відновлення України. *Економічний аналіз.* 2025, №3. DOI: [10.35774/econ](https://doi.org/10.35774/econ). (0,8 друк. арк.)
6. Синиця, В.А. Державна економічна політика підтримки креативних індустрій: ефективність та обмеження. *Економічний аналіз.* 2025, №4. DOI: [10.35774/econ](https://doi.org/10.35774/econ). (0,8 друк. арк.)
7. Синиця, В.А. Стійкість креативних індустрій до економічних і воєнних шоків. *Економічний дискурс,* (4), 116-124. DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-12> (0,8 друк. арк.)

Опубліковані праці апробаційного характеру

8. Синиця, В.А. Креативні індустрії, як основа розвитку сучасного світу. *Економіка відновлення міст* : Зб. матеріалів Міжнародного урбаністичного форуму, м. Київ, 22-23 березня 2023р. С. 364–366. (0,1 друк. арк.) URL:<https://ir.kneu.edu.ua/bitstreams/fbb23c8e-c30c-43d1-ba06-1c7020a47724/download>
9. Синиця, В.А. Цифровий контент як інструмент війни: вартість споживання, економічні та соціальні наслідки. *Science, theory and ways to improve methods*: Зб. матеріалів XVII Міжнар. наук.-практич. конф., м. Лондон, 3 травня 2023 р. С. 91–93. (0,1 друк. арк.) URL: <https://eu-conf.com/events/science-theory-and-ways-to-improve-methods/>
10. Синиця, В.А. Креативність як елемент розвитку підприємництва. *Theoretical and applied aspects of the development of science*: Зб. матеріалів XVIII Міжнар. наук.-практич. конф., м. Більбао, 09-12 травня 2023р. С. 122–124. (0,1 друк. арк.) URL: <https://isg-konf.com/theoretical-and-applied-aspects-of-the-development-of-science/>
11. Синиця, В.А. Важливість та значення культурної спадщини для збереження національної ідентичності народу. *Соціальна відповідальність людства в контексті аксіологічних трансформацій*: Зб. матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції "КЗВО ОАНО Одеської обласної ради", 20 вересня 2023р. С.81-83 (0,1 друк. арк.) URL: <https://dspace.oano.od.ua/handle/123456789/226>
12. Синиця, В.А. Міжнародний досвід формування креативних індустрій. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації*: Зб. матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції КНУТД. 6 жовтня 2023р. С.143-145 (0,1 друк. арк.) URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25894>
13. Синиця, В.А. Креативність та інновації: синергія в економіці України. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*: Зб. матеріалів IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих

- учених. К. : КНУТД, 17 листопада 2023р. Т. 1. С. 104-110 (0,3 друк. арк.)
URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26555>
14. Синиця, В.А. Вплив технологічних змін на креативні індустрії. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку*. Зб.матеріалів V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, КНУТД, 2024р., С.659-661 (0,1 друк. арк.) URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/27282/1/IMPER_2024_P659-661.pdf
15. Синиця, В.А. Стратегії підтримки малого та середнього бізнесу креативних індустрій у кризових умовах. *Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні*: Зб.матеріалів II Всеукраїнської наук.-практ. конференції, м. Київ, 8 жовтня 2024р. С.140–144. (0,1 друк. арк.)
URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/28400/1/PRPSZISPU_2024_P140-144.pdf
16. Синиця, В.А., Бондаренко С.М. Міжнародне співробітництво у проєктах креативних індустрій: можливості для України. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті*: Зб.матеріалів XV Міжнар. наук.-практ. конф. фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. — Одеса : ОДАБА, 17-18 жовтня 2024р. С.66–71(0,2 друк. арк.)
URL: <https://surl.li/gcvehr> Особистий внесок автора: визначено проблематику розвитку міжнародного співробітництва в Україні у проєктах креативних індустрій, запропоновано комплекс заходів для їхнього успішного розвитку (0,1 друк. арк.)
17. Синиця, В.А. Економічні ефекти інвестицій у креативні індустрії: роль стратегічного менеджменту. *Сучасні проблеми менеджменту*: Зб.матеріалів XX Міжнародної наук.-практ. конференції. НАУ, м. Київ, 25 жовтня 2024р. С.163–165. (0,1 друк. арк.) URL: <https://mzedp.nau.edu.ua/xx-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiia-suchasni-problemy-menedzhmentu-20-zhovtnia-2024-roku/>

18. Синиця, В.А. Міжнародний досвід підтримки та розвитку креативних індустрій та можливості його адаптації в Україні. *Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях*: Зб.матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, КНУТД, м. Київ, 28 березня 2025 р. С. 218-220. (0,1 друк. арк.)
URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/30276>

19. Синиця, В.А. Роль креативного бізнесу в структурі економіки громади. Зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційна екосистема для відбудови України: Інтеграція науки, освіти та бізнесу», 3 жовтня 2025 р., м. Київ, КНУТД. С. 311-313. (0,1 друк. арк.)
URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32609>