

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини
Форма навчання	денна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Нікітіна Валерія Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

на тему

Розвиток світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів

(повна назва теми)

за матеріалами

(повна назва бази дослідження)

науковий керівник

д.е.н., доцент

(наук. ступінь, вчене звання)

(підпис)

Максимова І.І.

(прізвище, ініціали)

Робота допущена до захисту в ЕК

Протокол засідання кафедри

від «08» червня 2026р. № 12

Завідувач кафедри

(підпис)

д.е.н., доцент

І. МАКСИМОВА

Кривий Ріг – 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини
Форма навчання	денна

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач
кафедри

І. МАКСИМОВА

(підпис)

(Ініціал, ПРИЗВИЩЕ)

«15» червня 2026 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ
Нікітіної Валерії Миколаївни**

1. Тема роботи **Розвиток світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів**

Керівник роботи Максимова Ірина Іванівна, д.е.н., доцент

затверджено наказом закладу вищої освіти від «06» квітня 2026 р. № 233-ст

2. Строк подання здобувачем роботи до «15» червня 2026 р.

3. Зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи, об'єкт, предмет та мета дослідження:

Розділ 1. Концептуалізація креативних індустрій в глобальному ринковому просторі

Розділ 2. Загальний аналіз ринків креативних індустрій України, ЄС та світу

Розділ 3. Проблематика розбудови ринку креативних індустрій України в умовах геополітичних реалій

Об'єкт дослідження: світові ринки креативних індустрій як система міжнародних економічних відносин, інституцій, бізнес-моделей та механізмів створення, просування й комерціалізації креативних продуктів і послуг в умовах глобальних викликів.

Предмет дослідження: тенденції, чинники та стратегічні напрями розвитку світових ринків креативних індустрій, а також особливості позиціонування України в глобальній системі креативної економіки.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи: дослідження теоретичних засад, сучасних тенденцій та закономірностей розвитку світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів, а також обґрунтування стратегічних напрямів посилення конкурентних позицій України у глобальному креативному просторі.

5. Дата видачі завдання «06» квітня 2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної бакалаврської роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка керівника про виконання етапів (дата)
1	Підготовка розділу 1	24.04.2026 р.	24.04.2026 р.
2	Підготовка розділу 2	11.05.2026 р.	11.05.2026 р.
3	Підготовка розділу 3	01.06.2026 р.	01.06.2026 р.
4	Перевірка кваліфікаційної бакалаврської роботи на наявність ознак академічного плагіату за допомогою програми StrikePlagiarism	до 04.06.2026 р.	04.06.2026 р.
5	Отримання відгуку від наукового керівника	до 12.06.2026 р.	12.06.2026 р.
6	Подання кваліфікаційної роботи на перегляд завідувачу кафедри	до 15.06.2026 р.	15.06.2026 р.
7	Реєстрація завершеної кваліфікаційної роботи	15.06.2026 р.	Реєстраційний № 7 «15» червня 2026 р.
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі	15.06.2026 р.	15.06.2026 р.
9	Підготовка до захисту в ЕК	до 16.06.2026 р.	до 16.06.2026 р.

Завдання підготував науковий керівник

(підпис) І.МАКСИМОВА
(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

Завдання одержав

(підпис) Я. КОВАЛЬЧУК
(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

Нікітіна Валерія Миколаївна. Розвиток світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів. — Рукопис. Кваліфікаційна бакалаврська робота за спеціальністю 292 Міжнародні економічні відносини. Державний університет економіки і технологій. Кривий Ріг, 2026.

99 с., 7 таблиць, 13 рисунки, 73 літ. джерел.

У кваліфікаційній бакалаврській роботі досліджено теоретичні засади, сучасні тенденції та закономірності розвитку світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів. Розкрито сутність креативної економіки як складової світового господарства, що ґрунтується на використанні людського капіталу, творчості, інтелектуальної власності, цифрових технологій та інноваційних бізнес-моделей. Узагальнено класичні підходи до класифікації креативних індустрій, зокрема моделі UNCTAD, UNESCO, WIPO, DCMS, Джона Хокінса та модель концентричних кіл.

У роботі проаналізовано особливості формування світового ринку креативних індустрій, його регіональну структуру, галузеву спеціалізацію та роль у розвитку міжнародної торгівлі, зайнятості й цифрової економіки. Окрему увагу приділено впливу глобальних викликів – цифровізації, пандемії COVID-19, геополітичної нестабільності, воєнних ризиків, міграції людського капіталу та трансформації споживчого попиту – на функціонування креативних ринків. Проведено кон'юнктурний аналіз ринку креативних індустрій України, визначено його сильні та слабкі сторони, а також особливості інтеграції у ринки Європейського Союзу та світу.

Особливу увагу приділено проблематиці розвитку креативних індустрій України в умовах повномасштабної війни та перспектив післявоєнного відновлення. На основі SWOT-аналізу визначено ключові переваги, обмеження, можливості та загрози для українського креативного сектору. Обґрунтовано стратегічні напрями його розвитку, зокрема посилення експортного потенціалу, підтримку цифрових креативних послуг, розвиток креативних хабів, культурної дипломатії, інноваційної інфраструктури, захисту інтелектуальної власності та інтеграції України до глобальних креативних ланцюгів вартості.

Ключові слова: креативні індустрії, креативна економіка, світові ринки, глобальні виклики, цифровізація, міжнародна торгівля, інтелектуальна власність, культурна дипломатія, ринок ЄС, Україна, повоєнне відновлення, SWOT-аналіз.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКОВОМУ ПРОСТОРІ	9
1.1 Сутність креативної економіки та класичні моделі креативних індустрій	9
1.2 Особливості формування світового ринку креативних індустрій	19
1.3 Орієнтири розвитку ринків креативних індустрій в умовах геополітичних викликів	27
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНИЙ АНАЛІЗ РИНКІВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ, ЄС ТА СВІТУ.....	33
2.1 Кон’юнктурний аналіз ринку креативних індустрій України	33
2.2 Інтеграція креативних індустрій України в ринок ЄС та світу: аналіз позиціонування.....	43
2.3 Визначення ринкових розривів на ринку креативних індустрій Україна- ЄС.....	50
Висновки до розділу 2	56
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМАТИКА РОЗБУДОВИ РИНКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ	57
3.1 Планування розвитку креативних індустрій України за результатами SWOT аналізу	57
3.2 Стратегічні напрями розвитку креативних індустрій України у повоєнній перспективі	69
Висновки до розділу 3	80
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ.....	92

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку світового господарства креативна економіка виступає одним із ключових стратегічних напрямів соціально-економічної трансформації, формуючи нові стандарти виробництва та споживання. Її розвиток зумовлює підвищення вимог до якості продукції та послуг, інноваційності, екологічної відповідальності, стійкості економічних процесів, творчої складової виробництва та соціальної орієнтованості бізнесу. В умовах цифровізації та глобалізації креативна економіка стає важливим чинником підвищення конкурентоспроможності держав, регіонів і підприємств, забезпечуючи ефективне використання інтелектуального капіталу та творчого потенціалу суспільства. Світова спільнота активно інтегрує принципи креативного розвитку у стратегії економічного зростання, що пояснюється подвійною природою креативної економіки. З одного боку, вона ґрунтується на створенні унікальних творчих продуктів і послуг, джерелом яких є людський талант, знання, креативність та інноваційне мислення. З іншого боку, результати творчої діяльності характеризуються значним потенціалом комерціалізації, створення доданої вартості та генерування економічних вигод. Саме тому розвиток креативного сектору дедалі частіше розглядається як ефективна модель економічного зростання в умовах цифрової економіки та економіки знань.

Враховуючи вагомий внесок креативних індустрій у формування валового внутрішнього продукту, зайнятість населення та розвиток інноваційної екосистеми, багато країн світу включили завдання підтримки креативного сектору до національних стратегій розвитку. Особлива увага приділяється стимулюванню підприємництва у сфері культури, дизайну, медіа, інформаційних технологій, архітектури, реклами та інших напрямів, що базуються на інтелектуальній власності та творчій діяльності.

Поряд із цим актуальним завданням є дослідження закономірностей формування та функціонування креативної економіки у світовому господарстві. Аналіз міжнародного досвіду дозволяє виявити ключові тенденції розвитку креативних індустрій, оцінити їхні можливості та ризики, а також визначити сильні й слабкі сторони національних моделей розвитку. Незважаючи на те, що

міжнародними організаціями, зокрема ЮНЕСКО та Організацією Об'єднаних Націй, розроблено загальні концептуальні засади та рекомендації щодо підтримки креативного сектору, практика свідчить про необхідність адаптації таких підходів до специфіки кожної країни з урахуванням її економічних, культурних, соціальних та інституційних особливостей.

Для України розроблення та впровадження ефективної стратегічної моделі розвитку креативної економіки є одним із пріоритетних напрямів забезпечення довгострокового економічного зростання та посилення міжнародної конкурентоспроможності у повоєнній перспективі.

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних засад, сучасних тенденцій та закономірностей розвитку світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів, а також обґрунтування стратегічних напрямів посилення конкурентних позицій України у глобальному креативному просторі.

Об'єктом дослідження є світові ринки креативних індустрій як система міжнародних економічних відносин, інституцій, бізнес-моделей та механізмів створення, просування й комерціалізації креативних продуктів і послуг в умовах глобальних викликів.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади, тенденції, чинники та стратегічні напрями розвитку світових ринків креативних індустрій, а також особливості позиціонування України в глобальній системі креативної економіки.

Для досягнення поставленої мети в бакалаврській кваліфікаційній роботі визначено та вирішено такі завдання:

1. Узагальнити теоретичні засади функціонування креативної економіки, а також систематизувати існуючі методичні підходи до оцінювання рівня її розвитку на національному та міжнародному рівнях.
2. Дослідити міжнародний досвід формування та реалізації стратегічних моделей розвитку креативної економіки, а також визначити ключові детермінанти успішного функціонування креативного сектору в різних країнах світу.
3. Проаналізувати сучасний стан, особливості та проблеми розвитку креативного сектору економіки України в контексті глобальних

трансформаційних процесів.

4. Виявити основні тенденції, фактори впливу та причинно-наслідкові закономірності розвитку креативної економіки у країнах Європейського Союзу та Україні із застосуванням методів економіко-математичного моделювання.
5. Обґрунтувати стратегічні напрями розвитку креативного сектору України та розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення національної стратегії розвитку креативної економіки з урахуванням міжнародних тенденцій, європейського інтеграційного вектору та потреб підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку.

Для досягнення поставленої мети також було використано низку кількісних методів дослідження, зокрема статистичний аналіз, економетричні методи та методику аналізу розривів. Статистичні та економетричні інструменти були застосовані для дослідження динаміки макроекономічних показників і побудови трендових моделей розвитку креативної економіки. За допомогою кореляційно-регресійного аналізу було встановлено та обґрунтовано причинно-наслідкові зв'язки між валовим внутрішнім продуктом, обсягами креативного виробництва, рівнем розвитку креативного класу та іншими ключовими індикаторами креативної економіки.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКОВОМУ ПРОСТОРИ

1.1 Сутність креативної економіки та класичні моделі креативних індустрій

Креативна економіка є одним із провідних глобальних соціально-економічних трендів сучасності, що характеризується переорієнтацією економічної діяльності від матеріаломісткого виробництва до створення нематеріальних активів, інноваційних рішень, результатів наукових досліджень і культурних продуктів. У широкому розумінні креативна економіка відображає специфічний механізм функціонування бізнес-середовища, у межах якого відбуваються розроблення, виробництво та комерціалізація нових культурних, мистецьких та інноваційних продуктів і послуг. Водночас важливою характеристикою такого середовища є вільний обмін ідеями, знаннями та творчими концепціями, що стимулює інноваційний розвиток суспільства.

Особливістю креативної економіки є її здатність забезпечувати не лише економічний результат у формі доходів від комерціалізації творчих ідей, а й створювати передумови для сталого розвитку громад, бізнесу, суспільства та держави загалом. Це досягається завдяки орієнтації економічної діяльності на задоволення вищих потреб особистості, зокрема потреб у самореалізації, пізнанні та естетичному розвитку.

Концепція креативної економіки впродовж останніх десятиліть набула вагомого значення в науковому дискурсі, що зумовлено зростанням ролі творчості, інтелектуального капіталу, інновацій та культурного продукту у розвитку світової економіки. Засновником поняття «креативна економіка» вважається Джон Хокінс, який у праці «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» визначив її як систему створення економічної цінності на основі результатів творчої діяльності [1]. Важливість підходу Хокінса полягає в тому, що він розглянув креативну економіку як поєднання творчого та ринкового компонентів.

Однією з перших держав, що сформувала практичний підхід до класифікації креативних індустрій, стала Велика Британія. Відповідно до визначення Міністерства культури, медіа та спорту Великої Британії, креативна економіка охоплює види діяльності, що ґрунтуються на індивідуальних творчих здібностях, навичках і талантах, а також мають потенціал створювати прибуток і робочі місця через використання інтелектуальної власності [2]. Цей підхід став одним із найпоширеніших у дослідженнях креативних індустрій.

Теоретичною основою креативної економіки є ідея творчих активів як чинника економічного зростання та глобального розвитку [3]. У цьому контексті особливого значення набуває інтелектуальний капітал, що включає знання, компетентності та творчі здібності фахівців. Його розвиток сприяє підвищенню конкурентоспроможності економіки, тоді як сама економічна система стимулює появу нових наукових розробок, інновацій і креативних здібностей людини [4].

У сучасній науковій літературі важливим є розмежування понять «креативність» та «інноваційність» [3, 5, 6, 7]. Креативність пов'язана з формуванням нових ідей, тоді як інноваційність передбачає їх практичну реалізацію та отримання конкретного соціального, технологічного або економічного результату. Отже, креативність можна розглядати як джерело ідей, а інноваційність — як механізм їх перетворення на ефективний продукт або рішення. Вагомий внесок у розвиток просторового виміру креативної економіки зробив Чарльз Лендрі, який досліджував роль креативності у розвитку сучасних міст. На його думку, у постіндустріальному суспільстві визначального значення набувають не лише природно-географічні чи інфраструктурні умови, а насамперед людський капітал, знання, підприємницькі здібності та ініціативність населення [8]. Водночас креативність проявляється не тільки на рівні окремої особистості, а й у міському середовищі, яке може стимулювати обмін знаннями, творчість і генерацію нових ідей [9].

Окреме місце у дослідженнях креативної економіки посідає концепція креативного класу Річарда Флоріди. Дослідник обґрунтував, що саме представники креативного класу є рушійною силою економічного зростання, інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності міст і регіонів

[10]. Такий підхід дозволяє розглядати людський потенціал як один із ключових ресурсів розвитку креативних індустрій.

На сучасному етапі креативна економіка розглядається як перспективний напрям стратегічного розвитку держав, регіонів і міських агломерацій. Відповідно до висновків конференції Організації Об'єднаних Націй, її переваги полягають у поєднанні культурної та економічної цінності, поширенні соціальних і гуманістичних цінностей, внеску в досягнення Цілей сталого розвитку, підтримці соціальної інтеграції, культурного різноманіття та розвитку людського потенціалу [11]. Крім того, креативна економіка стимулює розвиток виробничого сектору, сфери послуг, торгівлі та індустрії дозвілля.

Упродовж останніх років дедалі більшої уваги набувають інклюзивний та екологічний аспекти креативної економіки [12]. Це пов'язано з тим, що значна частина креативної діяльності базується переважно на інтелектуальних ресурсах і людському капіталі, а не на матеріаломісткому виробництві. Тому креативні індустрії можуть мати менше антропогенне навантаження на довкілля порівняно з традиційними промисловими галузями [13].

Отже, креативна економіка є не лише соціокультурним явищем, а й важливим сектором світової економіки. Як зазначає Річард Флоріда у дослідженні для Bloomberg CityLab, вона генерує значні обсяги доданої вартості та формує вагомую частку глобального ринку творчих продуктів і послуг [14]. Це дає підстави розглядати креативні індустрії як один із перспективних драйверів розвитку світових ринків у сучасних умовах.

Вагомим підтвердженням економічної значущості креативного сектору став спільний аналітичний звіт ЮНЕСКО та консалтингової компанії Ernst & Young, у якому було здійснено комплексну оцінку масштабів креативної економіки у світовому вимірі. Дослідження базувалося на статистичних даних Міжнародної організації праці щодо зайнятості в основних сегментах креативних індустрій, серед яких візуальне та сценічне мистецтво, музична індустрія, книговидавництво, преса, радіомовлення, кіноіндустрія, телебачення, архітектура, розроблення комп'ютерних ігор та рекламна діяльність. Крім того, інформаційну основу дослідження доповнили результати понад 150 інтерв'ю з експертами та представниками професійних спільнот із різних країн світу.

Відповідно до результатів дослідження, креативна економіка створює нові робочі місця для більш ніж 30 мільйонів людей по всьому світі, а її річний дохід оцінюється у 2,5 трлн дол. США і формує 3,8% світового ВВП [15]. (рис. 1.1).

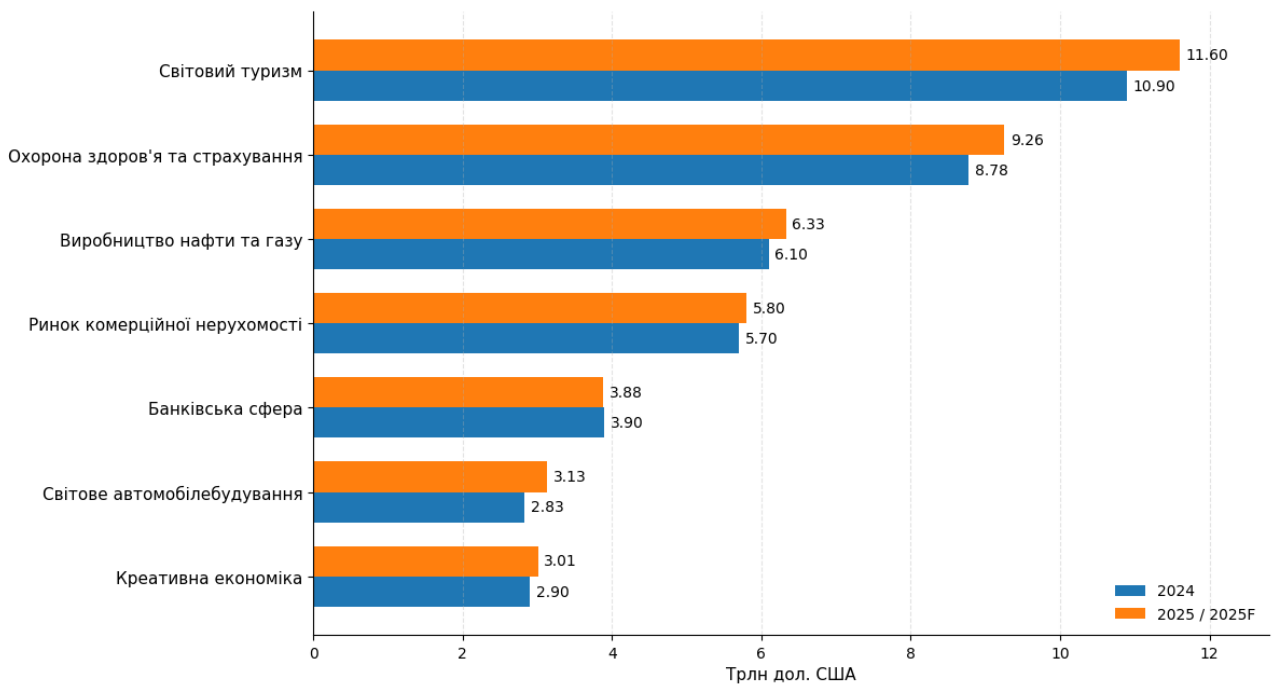


Рис. 1.1. Креативна економіка серед глобальних індустрій

Джерело: побудовано на основі [11, 16]

Графік демонструє, що світовий ринок креативних індустрій за обсягом поступається таким традиційно масштабним секторам, як туризм, охорона здоров'я, нафтогазова сфера, комерційна нерухомість і банківський сектор. У 2024–2025 роках його обсяг становить близько 2,9–3,0 трлн дол. США, що свідчить про вагому, але ще не домінуючу позицію креативної економіки у структурі глобальних ринків.

Водночас важливо, що креативні індустрії демонструють позитивну динаміку зростання та формують нову якість світової економіки, оскільки поєднують культуру, цифрові технології, медіа, дизайн, розваги, інтелектуальну власність і платформені бізнес-моделі. На відміну від сировинних або інфраструктурних секторів, їхня конкурентоспроможність значною мірою базується не на матеріальних ресурсах, а на ідеях, талантах, брендах, цифровому контенті та здатності швидко масштабувати продукти на глобальних ринках.

Отже, хоча світовий ринок креативних індустрій поки що є меншим за обсягом порівняно з провідними традиційними секторами, його стратегічне значення постійно зростає. Креативні індустрії стають одним із перспективних напрямів розвитку світової економіки, адже забезпечують високу додану вартість, стимулюють цифрову трансформацію, міжнародну торгівлю послугами та формування нових моделей глобальної конкуренції.

Сутність креативної економіки доцільно розглядати крізь призму моделі прямого та зворотного креативного впливу, запропонованої Джоном Хартлі. Дана модель відображає особливості трансформації ринкових механізмів під впливом тенденцій розвитку креативного виробництва та демонструє характер взаємодії креативних індустрій з економічною системою загалом (рис. 1.2).

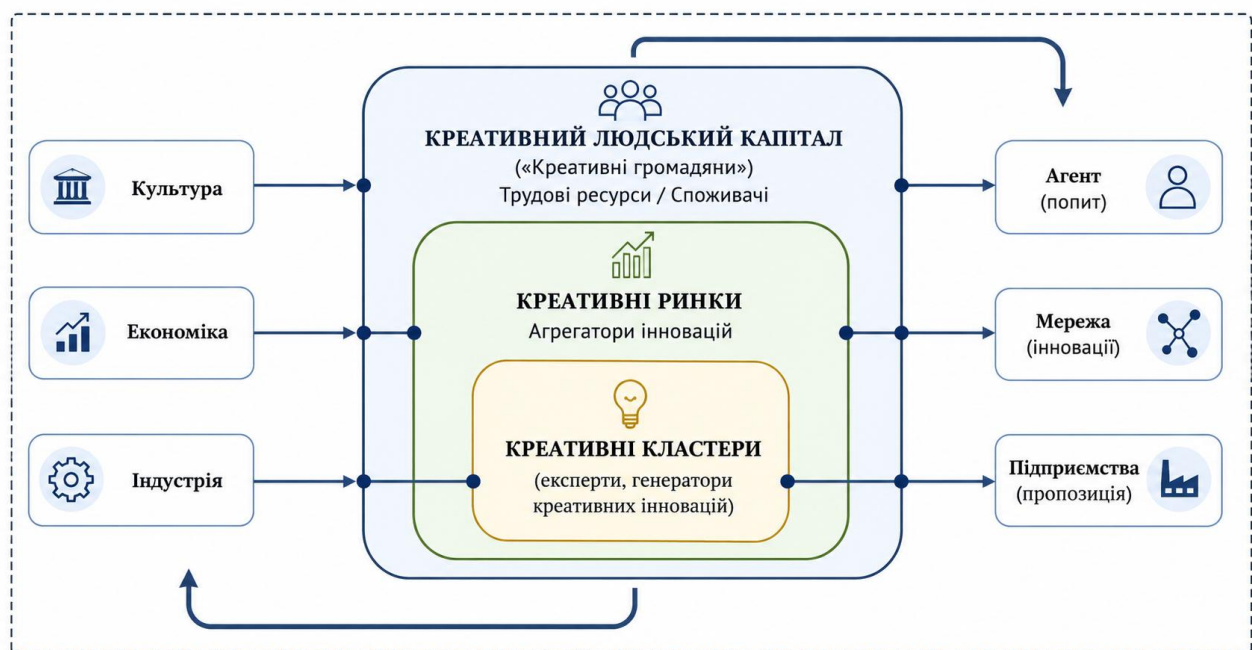


Рис. 1.2. Креативна економіка як система взаємодії

Джерело: сформовано на засадах моделі Хартлі [17]

Отже, креативну економіку доцільно розглядати як відкриту систему, функціонування якої ґрунтується на наявності прямих і зворотних причинно-наслідкових зв'язків між її ключовими елементами. У цій системі креативні кластери виконують роль центрів генерування знань, інновацій та творчих рішень, забезпечуючи формування й поширення нових ідей та стимулюючи розвиток відповідних галузей. Водночас креативні ринки здійснюють функцію акумулювання, комерціалізації та масштабного розповсюдження креативних

товарів і послуг, що сприяє не лише економічному зростанню, а й підвищенню рівня суспільної обізнаності, розширенню кола споживачів креативної продукції та збільшенню частки населення, залученого до створення й поширення креативних ідей. У результаті формується та розвивається культурна екосистема суспільства. Водночас, «креативні громадяни» виступають важливими економічними агентами, які формують попит на креативні продукти та послуги.

З огляду на зазначене, креативні індустрії є невід'ємним структурним компонентом креативної економіки. Незважаючи на те, що їх значення нерідко недооцінюється на рівні державної політики, саме вони здійснюють вагомий вплив на соціально-економічний розвиток країн, формуючи додану вартість, створюючи робочі місця та стимулюючи інноваційну активність.

Креативні індустрії характеризуються високим рівнем наукомісткості та мають значний потенціал як чинник сталого економічного зростання й інклюзивного розвитку [12]. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває формування сприятливої креативної екосистеми, яка забезпечує умови для розвитку креативних індустрій на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Відповідно, розвиток креативних індустрій є одним із пріоритетних напрямів державної економічної політики. Згідно з визначенням UNCTAD, креативні індустрії охоплюють процеси створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, у яких креативність та інтелектуальний капітал виступають основними виробничими ресурсами [11].

У ширшому розумінні креативні індустрії являють собою сукупність видів економічної діяльності, що забезпечують створення доданої вартості та робочих місць завдяки творчому й культурному самовираженню. Продукти та послуги цих індустрій є результатом реалізації індивідуальних творчих здібностей, професійних навичок, знань і талантів.

На сучасному етапі розвитку наукової думки існує декілька підходів до визначення структури креативних індустрій. Це пояснюється тим, що віднесення окремих видів діяльності до категорії «креативних» безпосередньо впливає на оцінку масштабів креативної економіки, визначення її економічного потенціалу та формування стратегічних напрямів її подальшого розвитку.

На наш погляд, доцільно виділити такі моделі:

- 1) Модель креативних індустрій UNCTAD [11];
- 2) Модель креативних індустрій UNESCO [18];
- 3) Модель креативних індустрій WIPO [19];
- 4) Британська модель DCMS [20];
- 5) Класифікація креативних індустрій за Джоном Хокінсом [1];
- 6) Модель концентричних кіл [21].

Структуру креативних індустрій у межах кожної з досліджуваних моделей, а також результати їх порівняльного аналізу наведено в таблиці додатка А, а також на рис. (1.2).



Рис. 1.2. Моделі креативних індустрій

Джерело: побудовано автором

Усі розглянуті концептуальні підходи включають до ядра креативних індустрій види діяльності, безпосередньо пов'язані зі створенням і поширенням культурних цінностей. До них належать образотворче та сценічне мистецтво, музика, література, кінематограф, видавнича справа, архітектура та дизайн. Саме ці сфери формують базовий сегмент креативного виробництва, забезпечуючи створення продуктів, що мають не лише економічну, а й значну культурну та суспільну цінність.

Більшість моделей відносять до складу креативних індустрій також сфери медіа та масових комунікацій, рекламну діяльність, фотографію, промисловий і цифровий дизайн, а також низку суміжних видів економічної діяльності. Спільною характеристикою цих секторів є висока залежність від творчих компетенцій, інноваційного потенціалу та створення об'єктів інтелектуальної власності, що виступають основним джерелом формування доданої вартості.

Важливою тенденцією сучасних підходів до класифікації креативних індустрій є включення до їх структури таких напрямів, як розроблення відеоігор, створення цифрового контенту та програмного забезпечення. Це свідчить про поступову трансформацію традиційного розуміння творчої діяльності та розширення меж креативного сектору внаслідок цифровізації економіки. Відповідно, цифрове мистецтво та цифрові технології дедалі частіше розглядаються як невід'ємні складові сучасної креативної екосистеми. Лише окремі моделі, зокрема концепція Джона Хокінса та класифікація UNCTAD, включають до складу креативних індустрій сферу науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (R&D).

Обсяг ринків креативних індустрій є досить перспективним (рис. 1.3).

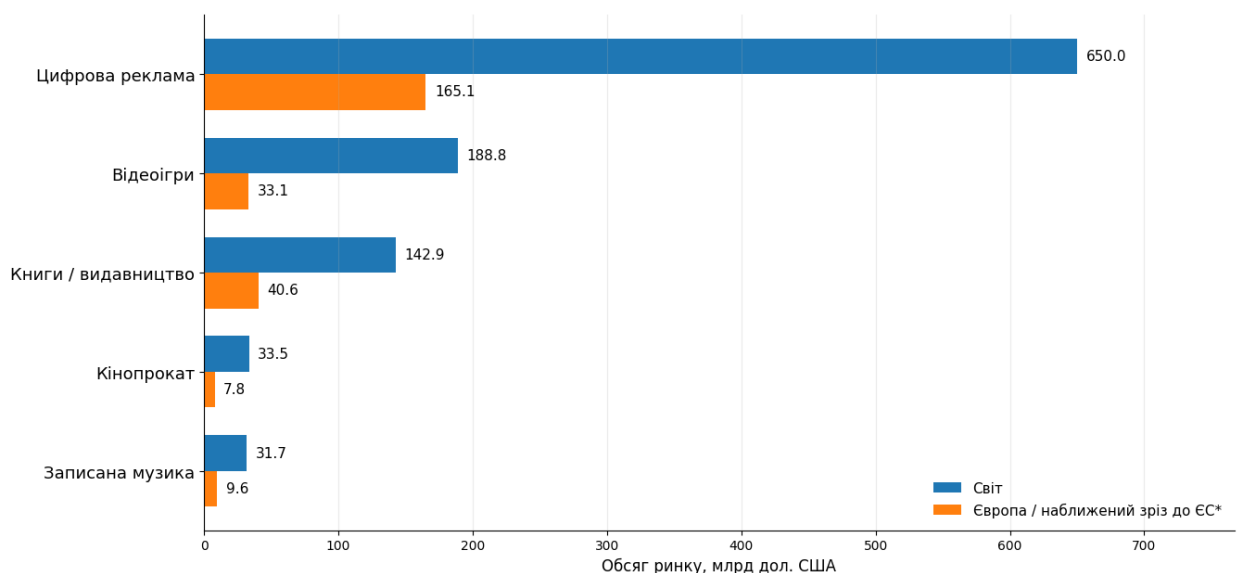


Рис. 1.3. Ринки креативних індустрій ЄС та світу (2025 р.), млрд. дол

Джерело: побудовано на основі [22]

Як свідчать дані діаграми, креативні індустрії характеризуються високими темпами економічного зростання, які в середньому становлять близько 7,5–8 % на рік. Така динаміка розвитку ринку креативних товарів і послуг обумовлена

низкою об'єктивних соціально-економічних чинників. Насамперед у більшості розвинених суспільств базові матеріальні потреби населення значною мірою задовольняються, що зумовлює зміщення споживчих пріоритетів у бік нематеріальних цінностей. Крім того, в умовах становлення економіки знань інформація та знання перетворилися на ключовий виробничий ресурс, що сприяло підвищенню рівня освіти населення та поширенню інтелектуальної діяльності як важливої складової економічного розвитку [23].

У світовому масштабі структура доходів креативних індустрій характеризується нерівномірним розподілом між окремими секторами. Порівняльний аналіз свідчить про домінування сфери візуального мистецтва, медіапродукції та пов'язаних із ними послуг, на які припадає понад половину сукупних доходів креативного сектору. Провідне місце серед них займає телебачення, яке генерує близько половини доходів зазначеного сегмента. Високі позиції також зберігають газетно-журнальні видання, значна частка доходів яких забезпечується завдяки розвитку цифрових платформ та інтернет-версій друкованих медіа.

Друге місце за обсягами доходів посідає сектор мистецтв, у структурі якого понад 70 % виручки формується за рахунок візуального мистецтва. Третьою за масштабами доходів є сфера функціональної творчості, частка якої перевищує 20 % сукупних надходжень креативних індустрій. Визначальну роль у цьому сегменті відіграють креативні послуги, які стали одним із ключових чинників структурних змін у глобальній креативній економіці [24].

Одним із найважливіших соціально-економічних результатів розвитку креативних індустрій є створення нових робочих місць та розширення можливостей зайнятості. Крім безпосереднього впливу на ринок праці, розвиток креативного сектору сприяє формуванню так званого креативного класу — соціально-професійної групи, представники якої зайняті творчою, інноваційною та інтелектуальною діяльністю в різних галузях економіки. На відміну від працівників традиційного виробничого сектору та сфери обслуговування, представники креативного класу створюють нові знання, технології, культурні продукти та інноваційні рішення, які забезпечують довгострокову конкурентоспроможність економіки [24].

У сучасних умовах креативний клас розглядається як одна з ключових рушійних сил постіндустріального суспільства, оскільки саме його діяльність забезпечує генерацію інновацій, розвиток людського капіталу та прискорення процесів цифрової трансформації. Структуру зайнятості в креативних індустріях наведено на рис. 1.4.

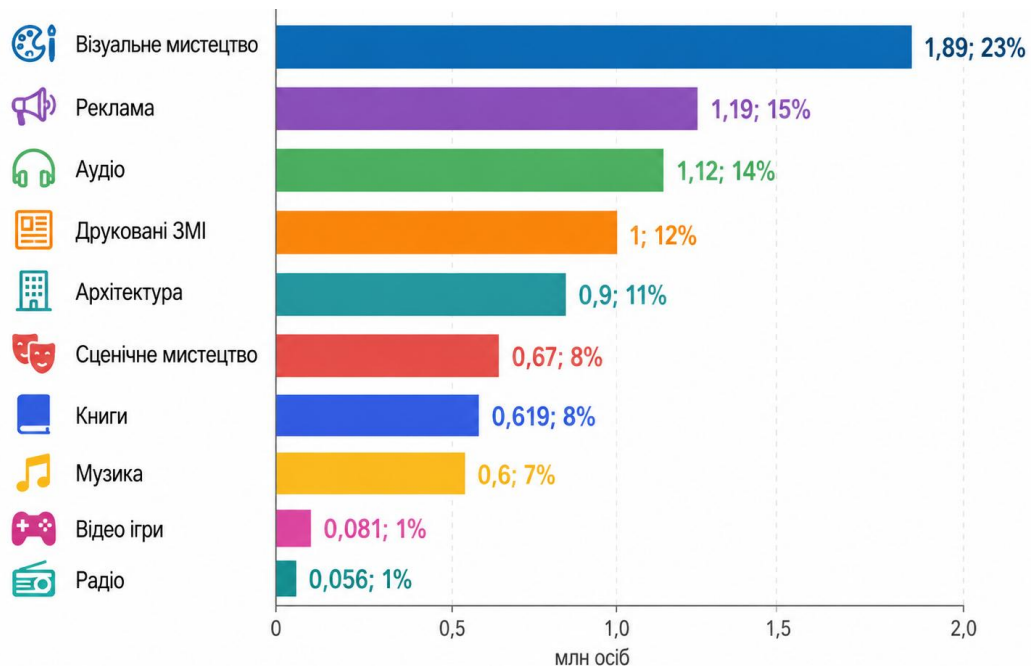


Рис. 1.4. Ринки креативних індустрій з точки зору зайнятості населення (млн. осіб/ %)

Джерело: побудовано на основі [11]

Діаграма демонструє, що найбільша частка зайнятих у креативних індустріях припадає на сфери візуального мистецтва (23 %), реклами (15 %) та аудіовізуального сектору (14 %). Загалом у креативних індустріях країн Європейського Союзу зайнято близько 7,6 млн осіб. Для порівняння, чисельність зайнятих у туристичній галузі становить 10,7 млн осіб, у транспортному секторі — 10,3 млн осіб, у хімічній промисловості — 1,2 млн осіб, а у сфері телекомунікацій — близько 0,9 млн осіб. Наведені дані свідчать про вагомий роль креативних індустрій у формуванні зайнятості та розвитку людського капіталу в сучасній економіці.

1.2 Особливості формування світового ринку креативних індустрій

Креативна економіка виступає глобальним мейнстрімом, що охопив майже всі країни світу. Масштаби розвитку креативної економіки та її результати, при цьому, мають чіткий регіональний розподіл, що обумовлено культурними, історичними та геополітичними особливостями (рис. 1.5)

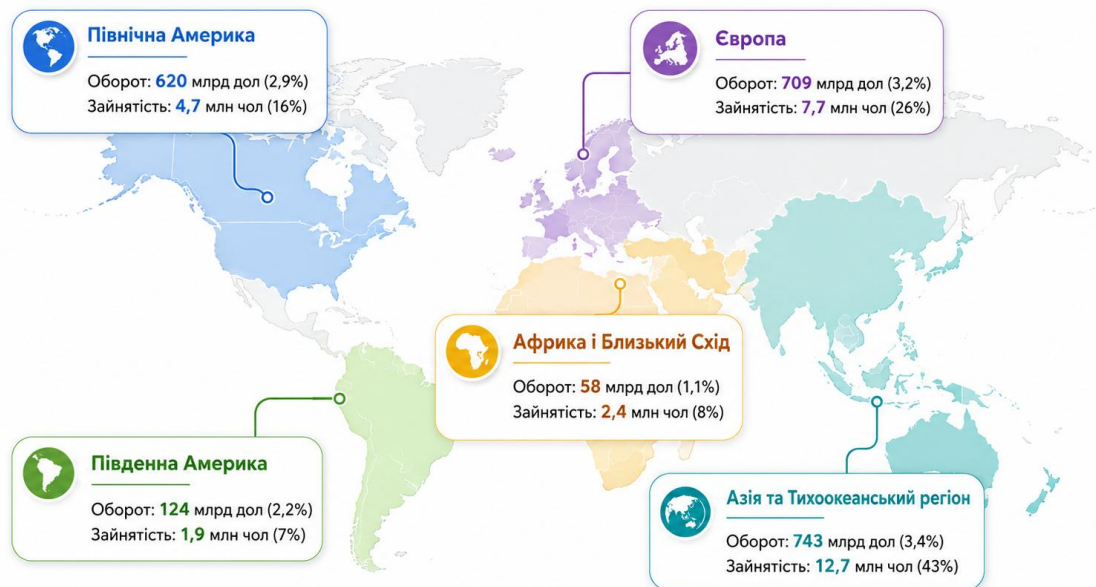


Рис. 1.5. Регіональні особливості світового ринку креативних індустрій

Джерело: сформовано автором на основі [11]

Наведена вище мапа відображає регіональну структуру світової креативної економіки та засвідчує її нерівномірний розвиток у різних частинах світу. Провідні позиції за масштабами креативного виробництва займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, на який припадає близько 33 % світового обсягу креативної економіки, що еквівалентно 743 млрд дол. США. Крім того, у цьому регіоні зосереджено 12,7 млн робочих місць, або 43 % загальної зайнятості у світовому креативному секторі. Такі показники свідчать про високий рівень концентрації творчого потенціалу та значну роль креативних індустрій у соціально-економічному розвитку регіону.

Друге місце за обсягом креативної економіки посідає Європа, яка генерує близько 709 млрд дол. США, що становить 32 % світового показника. Водночас у європейських креативних індустріях зайнято близько 7,7 млн осіб, або 26 % від загальної кількості працівників галузі у світі. Третю позицію займає Північна

Америка з обсягом креативної економіки на рівні 620 млрд дол. США (27 %) та 4,7 млн зайнятих осіб (16 %).

Разом із тим кожен із зазначених регіонів характеризується певною галузевою ринковою спеціалізацією у сфері креативних індустрій. Зокрема, Північна Америка є одним із найбільших світових ринків споживання цифрового контенту та лідером за обсягами доходів кіноіндустрії. Європейські країни займають провідні позиції у сфері реклами та маркетингових комунікацій, тоді як Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі показники розвитку індустрії відеоігор, цифрових розваг та архітектурної діяльності. Незважаючи на відносно менші економічні масштаби креативного сектору в країнах Африки та Латинської Америки, їхній внесок у світовий культурний простір залишається надзвичайно вагомим, особливо у сферах музичного мистецтва, кіновиробництва та художньої творчості.

Важливо враховувати, що наведені статистичні показники не охоплюють діяльність так званого неформального сектору креативної економіки. Під ним розуміють виробництво та реалізацію креативних товарів і послуг, які перебувають поза межами офіційного обліку та не включаються до структури валового внутрішнього продукту [28]. Найбільша частка неформальної креативної діяльності припадає на сферу сценічного мистецтва, що пояснюється специфікою організації культурних заходів та особливостями функціонування творчих ринків у багатьох країнах. Значення цього сектору є особливо відчутним у державах, що розвиваються, де обмежений доступ населення до офіційних каналів придбання культурних продуктів і послуг сприяє поширенню альтернативних форм їх створення та споживання.

Ураховуючи масштаби та економічні результати розвитку креативних індустрій у світі, а також стратегічний курс України на європейську інтеграцію, особливого значення набуває вивчення досвіду країн-лідерів у сфері креативної економіки. Аналіз їхніх підходів до формування державної політики, підтримки креативного підприємництва, розвитку інноваційної інфраструктури та стимулювання творчої активності населення створює підґрунтя для адаптації успішних практик до українських реалій. Саме тому доцільним є подальше дослідження моделей розвитку креативної економіки в провідних країнах

Європи та світу, які сьогодні визначають основні тенденції розвитку глобального креативного простору.

Варто зазначити, що країни світу мають різні стратегічні пріоритети у розвитку креативних індустрій (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Особливості ринків креативних індустрій в різних країнах

Країна	Основні сектори креативної економіки
1	2
<i>Приклади країн ЄС</i>	
Франція	Реклама; музика; кінематограф; відеоігри; телебачення та радіо; видавництво; преса; сценічне мистецтво; декоративно-прикладне мистецтво
Німеччина	Реклама; архітектура; дизайн; кінематограф; відеоігри; музика; інформаційні та комп'ютерні технології; преса; видавництво; сценічне мистецтво; література
Великобританія	Реклама; архітектура; дизайн; мода; кінематограф; відеоігри; творчі ремесла; телебачення та радіо; музика; інформаційні та комп'ютерні технології; видавництво; декоративно-прикладне мистецтво; ринок антикваріату; сценічне мистецтво
Нідерланди	Архітектура; дизайн; мода; відеоігри; телебачення та радіо; інформаційні та комп'ютерні технології; декоративно-прикладне мистецтво
Швейцарія	Реклама; архітектура; дизайн; кінематограф; відеоігри; творчі ремесла; телебачення та радіо; музика; видавництво; декоративно-прикладне мистецтво; преса; сценічне мистецтво; відеоігри
Польща	Реклама; архітектура; дизайн; мода; кінематограф; телебачення та радіо; музика; інформаційні та комп'ютерні технології; література; декоративно-прикладне мистецтво; видавництво
<i>Приклади деяких розвинутих країн світу</i>	
Китай	Реклама; архітектура; дизайн; мода; туризм; творчі ремесла; харчова індустрія; декоративно-прикладне мистецтво; ринок антикваріату; інформаційні та комп'ютерні технології
Японія	Реклама; архітектура; дизайн; мода; кінематограф; туризм; творчі ремесла; телебачення та радіо; інформаційні та комп'ютерні технології; харчова індустрія; ринок антикваріату
США	Реклама; архітектура; дизайн; кінематограф; телебачення та радіо; музика; видавництво; інформаційні та комп'ютерні технології; сценічне мистецтво; декоративно-прикладне мистецтво; ринок антикваріату
Канада	Реклама; архітектура; інформаційні та комп'ютерні технології; сценічне мистецтво; декоративно-прикладне мистецтво; туризм

Джерело: [24, 29, 30, 31].

Наведені дані свідчать про те, що такі сектори креативної економіки, як реклама, архітектура, дизайн, кінематограф, інформаційно-комунікаційні технології та декоративно-прикладне мистецтво, представлені практично в усіх

країнах світу. Це дає підстави розглядати їх як базові складові сучасної креативної економіки, що характеризуються високим рівнем глобального попиту, значним потенціалом комерціалізації та широкими можливостями інтеграції у міжнародні ринки.

Другу групу за рівнем поширення формують такі сектори, як відеоігрова індустрія, телебачення та радіомовлення, музична індустрія, видавнича діяльність і сценічне мистецтво. У багатьох країнах світу саме ці напрями визначаються як стратегічні пріоритети розвитку креативної економіки, оскільки поєднують значний економічний потенціал із можливістю формування національного культурного продукту та зміцнення міжнародної культурної присутності держави.

Водночас менш поширеними є такі напрями, як мода, культурний туризм, творчі ремесла, преса та ринок антикваріату. Розвиток цих секторів значною мірою залежить від наявності історично сформованих культурних традицій, унікальної спадщини та міжнародного визнання національних брендів. Саме тому досягнення високого рівня конкурентоспроможності в зазначених сферах потребує тривалого часу та системної державної підтримки. Найбільш успішними прикладами розвитку таких креативних індустрій є Італія, Франція, Велика Британія та Японія, які змогли перетворити власні культурні особливості на джерело економічної цінності та міжнародної конкурентної переваги.

Окремі сегменти креативної економіки можна охарактеризувати як вузькоспеціалізовані. Наприклад, лише незначна кількість країн, зокрема Японія, Китай та Італія, розглядають харчову індустрію як складову креативного сектору, спираючись на унікальні гастрономічні традиції та високий рівень культурної ідентичності національної кухні. Аналогічно, Німеччина та Польща приділяють особливу увагу розвитку літературної сфери, розглядаючи її як важливий елемент національної культурної політики та креативної економіки.

Проведений аналіз дозволяє сформулювати важливий висновок щодо формування національних стратегій розвитку креативної економіки. Зокрема, доцільним є поєднання орієнтації на глобальні тенденції з урахуванням національних конкурентних переваг. Основу креативного сектору мають становити найбільш затребувані у світовому масштабі напрями діяльності, які

забезпечують доступ до міжнародних ринків та стабільний попит на продукцію і послуги. Водночас важливо визначити обмежену кількість спеціалізованих напрямів (орієнтовно один-три сектори), розвиток яких базуватиметься на унікальних культурних, історичних або соціальних особливостях країни та сприятиме формуванню її впізнаваного бренду на міжнародній арені.

Особливої уваги заслуговує досвід країн Європейського Союзу, які досягли значних успіхів у розвитку креативної економіки завдяки системному підходу до вивчення, підтримки та стимулювання креативних індустрій на державному рівні. Європейський креативний ринок формується на основі високої концентрації культурних інституцій, об'єктів історичної спадщини, мистецьких організацій та індустрії моди. Саме ця концентрація створює сприятливі умови для розвитку творчого підприємництва та комерціалізації культурного продукту.

Показовим є той факт, що сім із десяти найбільш відвідуваних музеїв світу розташовані в Європі [24]. Крім того, із 70 креативних міст світу 30 знаходяться саме в європейських країнах [29]. Важливу роль у формуванні глобального креативного простору відіграють такі держави, як Велика Британія, Франція, Німеччина та Італія, які посідають провідні позиції на світовому арт-ринку та є визнаними центрами сучасного мистецтва. Успішний досвід цих країн підтверджує, що розвиток креативної економіки потребує не лише наявності творчого потенціалу, а й цілеспрямованої державної політики, спрямованої на підтримку культурних інституцій, інноваційного підприємництва та розвитку людського капіталу.

Розвиток креативної економіки у країнах Північної Америки значною мірою ґрунтується на функціонуванні ринку креативних послуг та аудіовізуальних медіа. Найбільші обсяги доходів генерують такі сектори, як телебачення, кіновиробництво та радіомовлення, які забезпечують вагомую частку доданої вартості креативного сектору [30]. Крім того, саме у США та Канаді зосереджена найбільша кількість споживачів цифрового культурного контенту — близько 47 % світового обсягу, що значно перевищує відповідні показники Азії та Європи. Це свідчить про високий рівень цифровізації суспільства та значний попит на креативні цифрові продукти.

Водночас одним із найдинамічніших центрів розвитку креативних індустрій у світі є Азія. Особливо показовим є досвід Китаю, який посідає провідні позиції у сфері експорту та імпорту креативних товарів і послуг. Протягом останнього десятиліття обсяги зовнішньої торгівлі креативною продукцією в країні зросли приблизно на 15 %, що свідчить про посилення її ролі у глобальній креативній економіці.

Для визначення найбільш ефективних механізмів розвитку креативної економіки доцільним є аналіз практичного досвіду окремих держав, які досягли значних успіхів у цій сфері.

Велика Британія є одним із найбільш показових прикладів системного розвитку креативної економіки. Саме ця країна стала піонером у дослідженні економічного потенціалу креативного сектору та однією з перших розробила комплексну державну політику його підтримки. Британська модель передбачала створення спеціалізованих інституцій підтримки, впровадження грантових програм, розвиток творчого підприємництва та забезпечення доступу до фінансових ресурсів. Крім того, у Великій Британії вперше було запроваджено спеціальні статистичні класифікатори для обліку суб'єктів креативної економіки. Результатом такої політики стало створення близько 1,7 млн нових робочих місць та формування одного з найпотужніших креативних секторів у світі. Сьогодні креативна економіка країни генерує майже 10 млн фунтів стерлінгів щогодини [31].

На відміну від британської моделі, Німеччина зосередила увагу на розвитку інфраструктури креативного підприємництва. Основними інструментами стали створення бізнес-акселераторів, інкубаторів, інноваційних платформ та програм підтримки стартапів за участю великого бізнесу. Такий підхід дозволив країні сформувати потужну стартап-екосистему та перетворитися на один із провідних центрів технологічного підприємництва в Європі. Важливою особливістю німецької моделі є також активна інтеграція традиційної промисловості з цифровими технологіями та стимулювання інноваційної модернізації виробничого сектору. Значна частка іноземних засновників стартапів і висококваліфікованих працівників сприяє постійному

розширенню креативного класу та посиленню міжнародної конкурентоспроможності країни [29].

Французька модель розвитку креативної економіки базується на координації діяльності різних секторів через спеціалізовані професійні об'єднання та асоціації. Важливим етапом стало створення у 2012 році організації France Créative, яка об'єднала представників ключових креативних індустрій країни, зокрема музики, кінематографії, відеоігор, реклами, видавничої справи, телебачення та радіомовлення [30]. Паралельно Франція активно підтримує традиційно сильні для країни сектори — моду, дизайн, образотворче мистецтво та культурний туризм. Окремим стратегічним напрямом виступає розвиток наукових досліджень і розробок, насамперед у сфері охорони здоров'я, що сприяє зміцненню позицій країни як одного зі світових центрів наукових інновацій.

Вагомий інтерес становить також досвід Нідерландів, економічна модель яких орієнтована на розвиток знань, інновацій та міжнародної співпраці. Креативні індустрії країни мають виразну експортну спрямованість, особливо у сферах дизайну та архітектури. Одним із пріоритетів є формування розгалуженої мережі креативних кластерів, професійних шкіл дизайну, архітектури та моди. Крім того, поступово розвивається гастрономічний сектор як окрема складова креативної економіки. Нідерланди посідають провідні позиції у світі за кількістю зареєстрованих брендів, патентів та створених робочих місць у креативних індустріях, що значною мірою забезпечується активною міжнародною інтеграцією та відкритістю до співпраці [24].

Особливий підхід до розвитку креативної економіки демонструє Швейцарія. Його основою є створення сприятливого фінансового середовища для креативного підприємництва, зокрема через розширення доступу стартапів до різноманітних джерел фінансування та спрощення процедур започаткування бізнесу. Завдяки цьому кожна десята швейцарська компанія реалізує проекти у сфері креативної економіки, а темпи розвитку креативних індустрій суттєво перевищують середні показники інших секторів економіки країни [29].

У контексті розвитку інноваційно орієнтованої креативної економіки важливе місце посідають Сполучені Штати Америки. Американська модель

характеризується потужною науково-технологічною спрямованістю, розвиненою системою захисту прав інтелектуальної власності та високим рівнем концентрації креативних індустрій у великих міських агломераціях. Пріоритетним напрямом державної політики є стимулювання технологічних інновацій через підтримку науковців, винахідників і підприємців, що сприяє створенню нових продуктів, технологій та бізнес-моделей.

Стратегії розвитку креативної економіки країн Східної Азії, насамперед Китаю та Японії, базуються на модернізації існуючих галузей шляхом впровадження інноваційних рішень. Такий підхід забезпечує успішний розвиток дизайну, кінематографії, анімації та індустрії відеоігор. Водночас Китай є світовим лідером на ринку традиційного мистецтва, який активно зростає завдяки розширенню середнього класу та підвищенню попиту на культурні продукти. У сучасних умовах мистецтво дедалі частіше використовується як інструмент підвищення привабливості комерційних просторів і формування нових моделей культурного споживання.

Узагальнення міжнародного досвіду дає змогу виокремити чотири основні типи стратегій розвитку креативної економіки та просування креативних індустрій на світових ринках [24; 29]. Перший тип передбачає реалізацію масштабних спеціалізованих програм міжнародної експансії креативного сектору, характерних для Нідерландів та Фінляндії. Другий тип орієнтований на міжнародне просування національної культури та культурної дипломатії, прикладом чого є Швеція. Третій тип охоплює загальні експортно орієнтовані стратегії економічного розвитку, у межах яких креативні індустрії розглядаються як складова національної конкурентоспроможності, що характерно для Данії та Австрії. Четвертий тип базується на реалізації окремих програм і заходів підтримки експорту креативної продукції в рамках загальнонаціональної економічної політики, як це відбувається в Бельгії та Греції [11].

Таким чином, світовий досвід засвідчує відсутність універсальної моделі розвитку креативної економіки. Водночас успішні країни поєднують державну підтримку, розвиток інноваційної інфраструктури, стимулювання підприємництва, міжнародну співпрацю та ефективне використання національного культурного потенціалу. Саме комплексність і системність таких

заходів виступають визначальними чинниками формування конкурентоспроможного креативного сектору в сучасних умовах глобальної економіки.

1.3 Орієнтири розвитку ринків креативних індустрій в умовах геополітичних викликів

Проведений аналіз сутності креативної економіки та стратегічних підходів до її розвитку в різних країнах світу дає змогу визначити ключові детермінанти формування ефективної державної політики у сфері розвитку креативних індустрій у міжнародному середовищі.

У контексті формування ефективної політики розвитку креативної економіки особливої уваги заслуговує п'яти компонентна стратегія ЮНЕСКО, розроблена з метою стимулювання та вдосконалення функціонування креативних індустрій. Даний підхід ґрунтується на принципі комплексного розвитку креативного сектору та передбачає одночасну реалізацію взаємопов'язаних заходів за п'ятьма ключовими напрямками [38]:

- 1) розробка політики та адвокації щодо діяльності професійних мереж та асоціацій у сфері креативної економіки;
- 2) зміцнення організаційного потенціалу, зокрема шляхом надання спеціальних навичок системою освіти, навчання протягом усього життя;
- 3) робота інкубаторів та акселераторів;
- 4) створення креативних кластерів та хабів;
- 5) інтернаціоналізація, а саме орієнтація на світові ринки та світовий рівень креативного розвитку.

Станом на сьогодні зазначені напрями становлять основу рамкових стратегій розвитку креативної економіки в багатьох країнах світу. Реалізація комплексу визначених заходів насамперед спрямована на забезпечення стабільності та стійкості креативної економіки й креативних індустрій. Показовим прикладом комплексного розвитку всіх п'яти складових стратегії UNESCO є Великобританія.

Водночас зазначена стратегія передбачає реалізацію чотирьох ключових пріоритетів державної політики:

Пріоритет 1. Ефективна система розвитку креативних індустрій.

Пріоритет 2. Якісні трудові ресурси та інтелектуальний потенціал.

Пріоритет 3. Збільшення поглинальної властивості ринку.

Пріоритет 4. Забезпечення різноманітних допоміжних інструментів для фінансування.

UNCTAD пропонує більш комплексний підхід до визначення завдань стратегічного розвитку креативної економіки. У звіті ООН наведено численні приклади, які засвідчують значущість культури як чинника суспільного розвитку. Документ також акцентує увагу на тому, що розширення можливостей митців і творчих підприємців сприяє підвищенню ефективності функціонування культурного сектору загалом. Відповідно до звіту, розроблення стратегії передбачає реалізацію таких десяти завдань [38]:

1. Визнання того, що креативна економіка, поряд з економічними результатами, формує нематеріальну цінність, яка є важливим чинником забезпечення інклюзивного та сталого розвитку суспільства.

2. Переосмислення ролі культури як рушійного чинника економічного, соціального та екологічного розвитку, оскільки позитивні трансформації пов'язані з рівнем культурного розвитку суспільства.

3. Визначення потенціалу регіонів шляхом картографування локальних активів креативної економіки, що створює аналітичне підґрунтя для формування подальших програм розвитку сектору на місцевому рівні.

4. Формування якісної аналітичної бази щодо стану та динаміки розвитку креативної економіки в розрізі суб'єктів, ринків, індустрій, кластерів, продуктів, послуг і бізнес-структур.

5. Дослідження взаємозв'язків між формальним і неформальним секторами креативної економіки з метою розроблення ефективної державної політики, з урахуванням особливостей функціонування творчого сектору в країнах, що розвиваються.

6. Визначення та аналіз ключових факторів успіху, які забезпечують формування нових траєкторій розвитку місцевої креативної економіки, зокрема

інфраструктури, людського капіталу, нормативно-правового забезпечення захисту інтелектуальної власності та доступу до міжнародних ринків.

7. Забезпечення інвестування у сталий розвиток креативного підприємництва на всіх етапах ланцюга створення вартості, включаючи підтримку навчання та інноваційної діяльності.

8. Створення нових можливостей для культурних підприємців за підтримки органів місцевого самоврядування, зокрема у сферах управління, комунікації, маркетингу та розвитку культурної інфраструктури.

9. Розвиток інтеграційних процесів і міжнародного співробітництва, що сприяють обміну знаннями, досвідом та найкращими практиками.

10. Інтеграція культури до програм місцевого економічного та соціального розвитку як одного з пріоритетних напрямів державної та регіональної політики.

Узагальнення міжнародного досвіду реалізації стратегічних підходів до формування креативного сектору економіки дає підстави виокремити ключові детермінанти розвитку креативних індустрій, актуальні також для України:

- розвиток професійних спілок та організацій;
- стимулювання створення бізнес інкубаторів, креативних кластерів і хабів;
- розвиток потенціалу системи освіти;
- інтернаціоналізація та вихід за рамки національних економік.

Поряд із зазначеними факторами доцільно відзначити вагому роль великих транснаціональних корпорацій у розвитку креативної економіки та науково-технологічного прогресу. Так, у США переважна частка витрат на дослідження та розробки (R&D) припадає на близько 700 великих компаній, при цьому майже 40 % таких витрат забезпечують 15 найбільших ТНК [39].

Водночас важливе значення для розвитку креативної економіки мають малі та середні підприємства, які характеризуються вищою адаптивністю до впровадження креативних та інноваційних рішень [31].

На особливу увагу заслуговує дослідження міжнародної консалтингової компанії CIDA, у якому обґрунтовано п'ять обов'язкових етапів розроблення стратегії розвитку креативної економіки [40]:

1. Картування сектору з урахуванням результатів реалізованих стратегій і здійснених заходів.

2. Оцінювання досягнутих результатів, визначення пріоритетів креативної політики та кількісне вимірювання результативності з позицій рентабельності інвестицій.
3. Визначення варіантів інтервенції. Цей етап передбачає формування стратегічної основи для ключових напрямів політики у сфері креативної економіки, включаючи розроблення плану дій та системи індикаторів оцінювання результатів.
4. Реалізація проєктів у сфері креативної економіки відповідно до визначених напрямів втручання, що також охоплює моніторинг та оцінювання їхньої ефективності.
5. Перегляд отриманих результатів, адаптація до змін зовнішнього середовища та масштабування найбільш успішних проєктів.

На думку аналітиків, зазначені напрями є визначальними для зміцнення креативного сектору, що підтверджується практикою реалізації креативних проєктів у різних країнах світу [40].

Як зазначалося вище, важливою детермінантою сучасного стратегічного розвитку креативного сектору є визначення практичних напрямів втручання, тобто політики інтервенції. Залежно від обраних інструментів і механізмів такого втручання стратегії розвитку креативної економіки можна класифікувати за шістьма основними групами [41]:

1. Стратегії, засновані на розвитку об'єктів власності, зокрема створенні приміщень, локацій та креативних просторів.
2. Стратегії розвитку креативного підприємництва, спрямовані на формування єдиної мережі креативних підприємств.
3. Фінансово орієнтовані стратегії, що передбачають надання грантів, пільгового кредитування та інших форм фінансової підтримки креативному бізнесу й окремим підприємцям.
4. Стратегії, засновані на інструментах фіскальної політики та відповідних ініціативах.
5. Стратегії розвитку інфраструктури, включаючи фізичну та цифрову інфраструктуру.
6. Стратегії розвитку м'якої інфраструктури.

Слід зазначити, що наведені категорії не є вичерпними, проте вони відображають основні типи інтервенцій та механізми, які можуть застосовуватися для стимулювання й підтримки творчого підприємництва на регіональному та місцевому рівнях.

Розвиток креативного підприємництва є однією з ключових складових стратегії креативної економіки. Реалізація цього напрямку потребує комплексної підтримки креативного бізнесу, зокрема через забезпечення доступу до відповідних локацій для здійснення діяльності, освітніх програм, консультаційних послуг, професійних мереж взаємодії, фінансових ресурсів у формі позик і пільг, інструментів розвитку управлінських компетенцій, креативної освіти, а також можливостей участі у торговельних заходах і доступу до новітніх технологій.

Висновки до розділу 1

У розділі показано, що креативна економіка є важливою складовою сучасної світової економіки, оскільки поєднує культурну, інтелектуальну, технологічну та комерційну складові. Засновником концепції креативної економіки вважається Джон Хокінс, який розглядав її як систему створення економічної цінності на основі результатів творчої діяльності. Подальший розвиток цієї концепції відбувся у межах підходів UNCTAD, UNESCO, WIPO, британської моделі, класифікації Джона Хокінса та моделі концентричних кіл Тросбі. Спільною рисою цих моделей є визнання культури, творчості та інтелектуального капіталу ключовими ресурсами розвитку креативних індустрій. Аналіз показав, що креативні індустрії охоплюють різні напрями діяльності: мистецтво, музику, дизайн, моду, архітектуру, медіа, кіно, видавничу справу, рекламу, цифровий контент, програмування та інші сфери, пов'язані зі створенням і комерціалізацією творчого продукту.

В умовах геополітичних викликів ринки креативних індустрій зазнають як ризиків, так і нових можливостей. До основних ризиків належать нестабільність міжнародних ринків, воєнні конфлікти, порушення логістичних і комунікаційних зв'язків, скорочення інвестицій, міграція талантів, обмеження

доступу до окремих платформ і ринків. Водночас креативні індустрії демонструють високу адаптивність, оскільки значна частина їхньої діяльності може здійснюватися у цифровому форматі та не завжди потребує масштабної матеріальної інфраструктури.

Креативна економіка має важливе значення для розвитку держав, регіонів і міст, оскільки сприяє створенню робочих місць, зростанню доданої вартості, розвитку малого і середнього бізнесу, посиленню культурної ідентичності та формуванню позитивного міжнародного іміджу. У періоди геополітичної нестабільності вона також виконує важливу комунікаційну та гуманітарну функцію, адже через культурні продукти, медіа, мистецтво та цифровий контент країни можуть транслювати власні цінності, досвід і позицію у глобальному просторі. Креативні індустрії не лише формують нові джерела доходу та конкурентні переваги, а й посилюють культурну суб'єктність, інноваційний потенціал і міжнародну присутність країн на світових ринках. Саме тому підтримка креативного підприємництва, цифрових платформ, інтелектуальної власності та міжнародної співпраці має стати одним із пріоритетів розвитку креативної економіки.

РОЗДІЛ 2

ЗАГАЛЬНИЙ АНАЛІЗ РИНКІВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ, ЄС ТА СВІТУ

2.1 Кон'юнктурний аналіз ринку креативних індустрій України

Як зазначалося раніше, креативні індустрії формують ядро креативної економіки держави. Водночас в Україні креативна економіка перебуває на етапі становлення, а необхідність розвитку її креативного сектору закріплена на законодавчому рівні у стратегічних документах держави. Зокрема, креативні індустрії включено до переліку пріоритетних секторів Експортної стратегії України [32], яка визначає комплекс завдань щодо розвитку креативного сектору в середньостроковій перспективі. Важливе значення має також програма «Зроблено в Україні», орієнтована на підтримку національного культурного продукту, оскільки розвиток культурних ініціатив безпосередньо сприяє зміцненню креативного сектору економіки [33].

Разом із тим, попри наявність таких ініціатив, значна частина програм розвитку креативної економіки залишається недостатньо інтегрованою на політичному та інституційному рівнях. У зв'язку з цим актуалізується потреба в реалізації проєктів розвитку креативної економіки на місцевому рівні в межах системи «регіон – місто – громада». Формування креативного сектору в Україні відбувається у тісному взаємозв'язку з розвитком різних форм творчої взаємодії між бізнесом і громадами, зокрема творчих осередків, професійних платформ та локальних креативних просторів.

У регіонах спостерігається зростання кількості коворкінгів, хабів різного профілю, антикафе та інших креативних центрів, які забезпечують широкий спектр послуг для представників творчих індустрій. Показовими прикладами є Jam Factory Art Center, Platforma Art Zavod та Impact Hub, діяльність яких спрямована на формування комфортного робочого середовища та стимулювання творчої активності. Розвиток таких просторів створює додаткові можливості для зміцнення креативної екосистеми, сприяє створенню нових робочих місць і забезпечує умови для виробництва конкурентоспроможних продуктів та послуг.

У довоєнній ретроспективі можна побачити, що креативні індустрії формують вагомую складову валового внутрішнього продукту країни та сприяють розвитку креативного потенціалу населення (рис. 2.1).

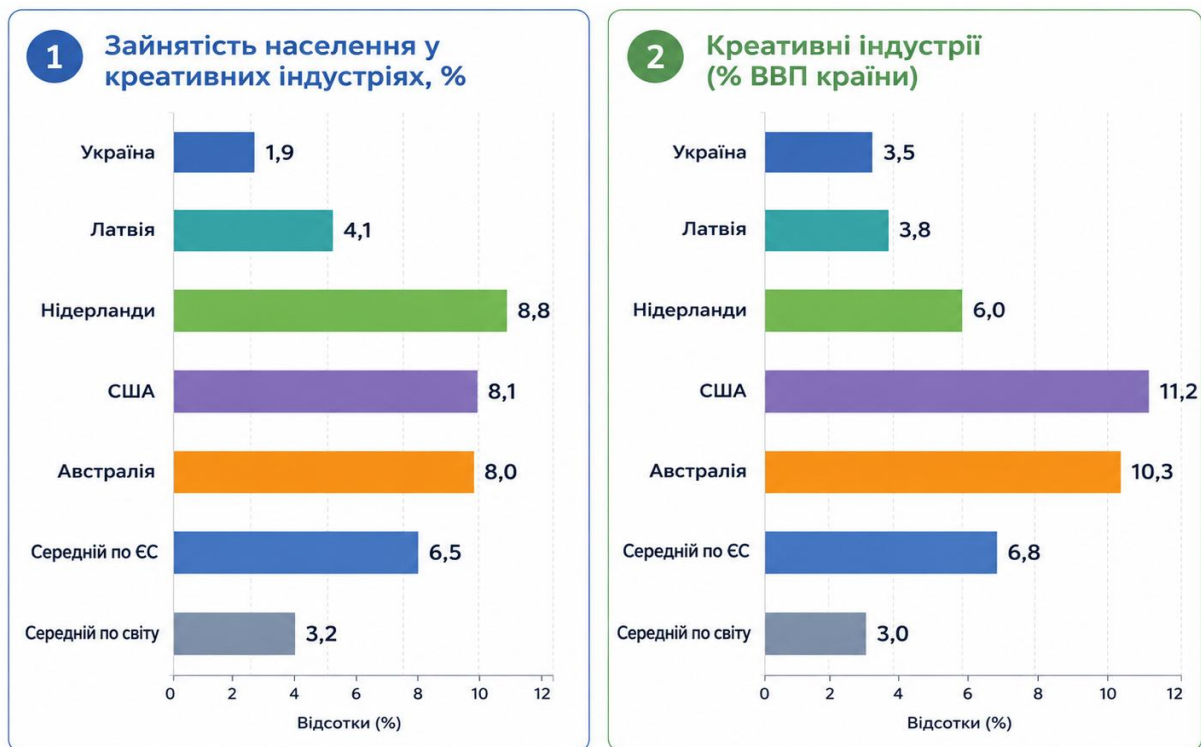


Рис. 2.1. Порівняння ринків креативних індустрій України, ЄС та деяких країн світу

Джерело: [32, 34]

Як видно з представлених даних, креативні індустрії в Україні формують близько 3,5 % валового внутрішнього продукту та забезпечують приблизно 2 % загальної зайнятості населення. Для порівняння, частка видобувної промисловості у структурі ВВП становить близько 5,7 %, сектору фінансової та страхової діяльності — близько 5 %, а будівництва — 2,6 % [33]. Загалом для України характерним є відставання темпів розвитку креативних індустрій порівняно з провідними країнами Європейського Союзу та світу, що підтверджується її позицією у міжнародних рейтингах креативності. Водночас наявний значний ресурсний, кадровий та інноваційний потенціал створює передумови для подальшого розширення ролі креативного сектору в національній економіці.

Важливо зазначити, що в Україні поступово реалізується політика інтеграції креативних індустрій у систему економічного розвитку держави. Такі види діяльності, як реклама, народні художні промисли та ремесла, дизайн, кіноіндустрія, мода, виконавське й візуальне мистецтво, розглядаються як важливі складові креативного сектору та чинники підвищення інноваційності національного підприємництва. Крім того, розвиток креативної економіки визначено одним із ключових напрямів забезпечення сталого розвитку держави, що відображено у стратегічних положеннях доктрини «Україна 2030» [35].

Особливе місце у структурі креативного сектору посідає дизайн, який, як і в більшості країн світу, є провідним підсектором експорту креативних товарів. Це пояснюється його високою доданою вартістю, значним потенціалом комерціалізації та широкими можливостями інтеграції у глобальні виробничі ланцюги. За наявними оцінками, на дизайнерську продукцію припадає до 70 % світового експорту креативних товарів, що свідчить про стратегічне значення цього напрямку для розвитку міжнародної конкурентоспроможності креативних індустрій (рис. 2.2).

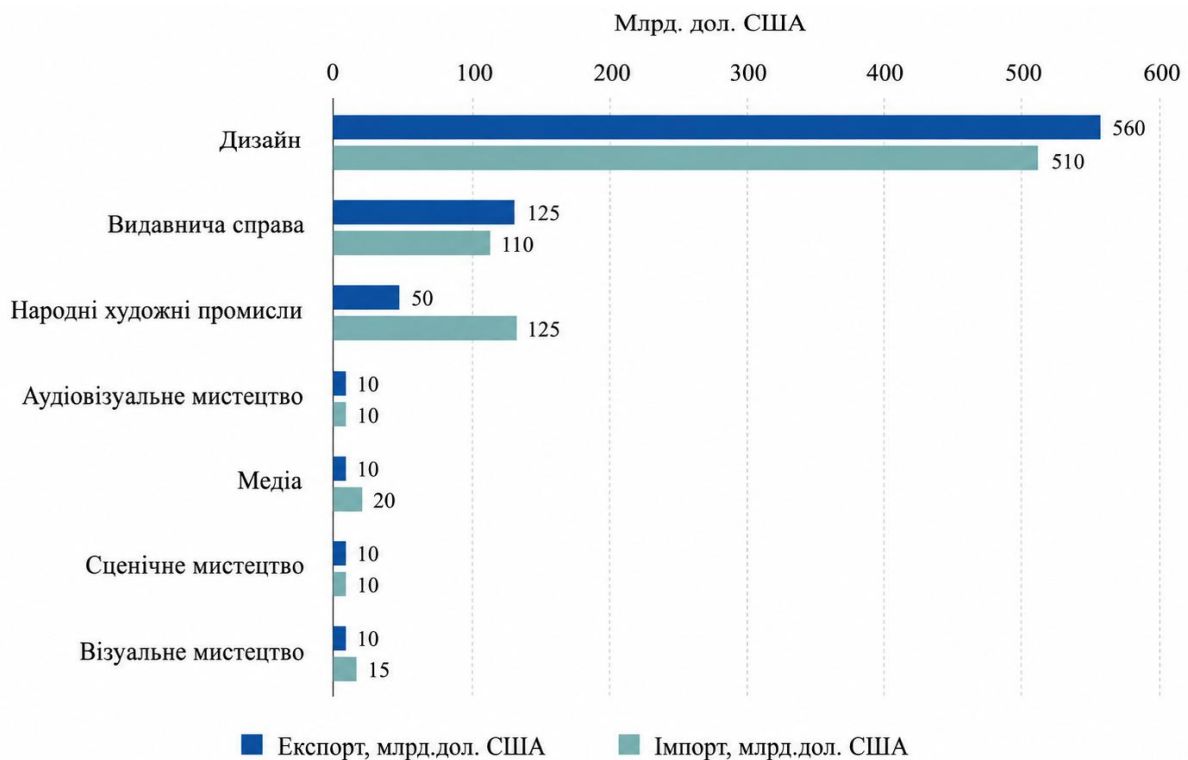


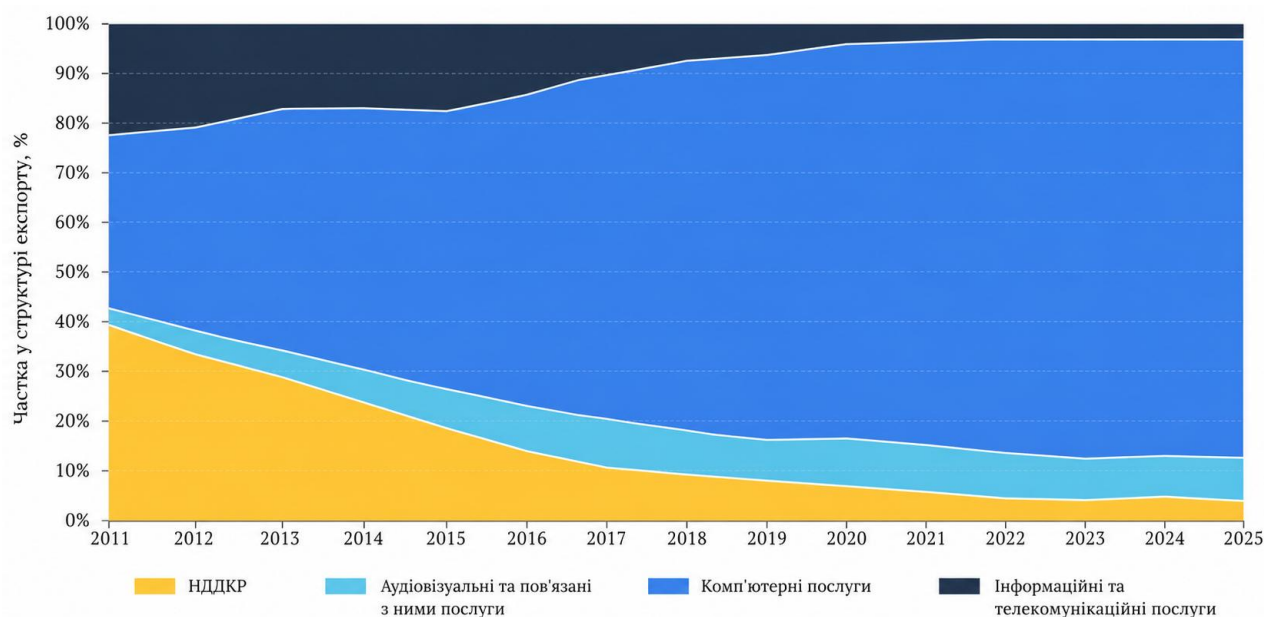
Рис. 2.2. Креативні індустрії за обсягом експорт-імпортних операцій

Джерело: UNCAD [11]

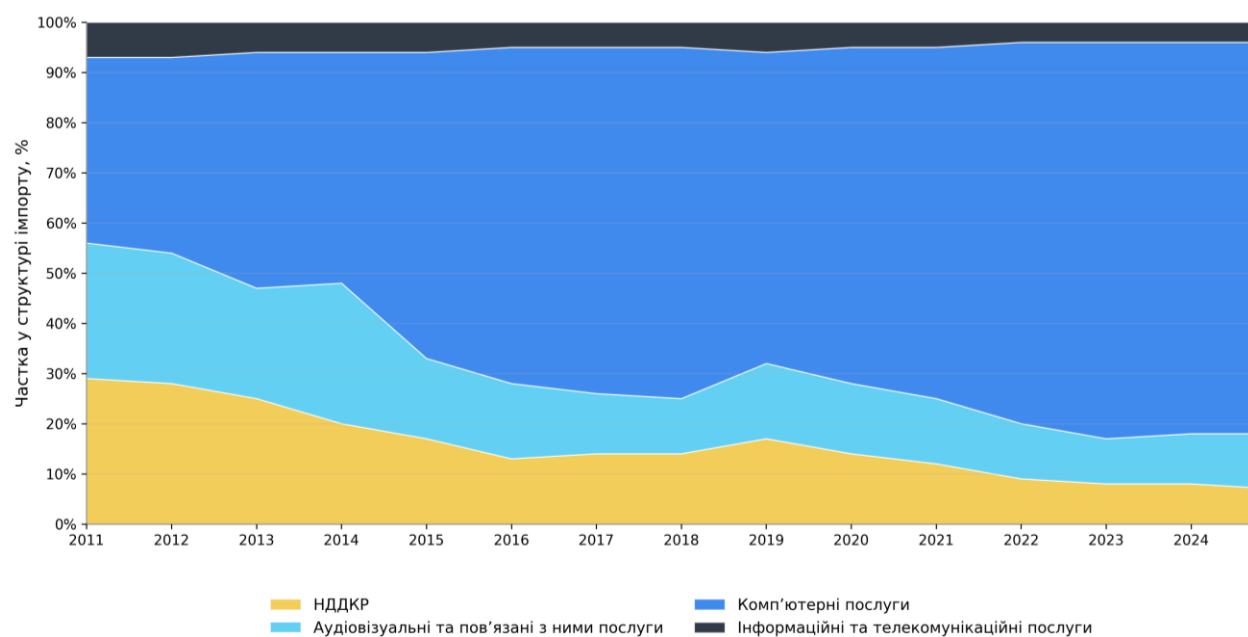
Продукція дизайнерського сектору формує основу українського експорту креативних товарів та займає провідне місце у структурі зовнішньої торгівлі креативної економіки. У структурі експорту дизайнерської продукції найбільшу частку становлять вироби для оформлення інтер'єру (85 %), тоді як на продукцію індустрії моди припадає близько 8 %, на виробництво іграшок — 6 %, а на ювелірні вироби — близько 1 % загального обсягу [11]. Друге місце за обсягами зовнішньої торгівлі серед креативних товарів посідають народні художні промисли та видавнича діяльність. Незважаючи на вагоме культурне значення зазначених напрямів, їх внесок у загальний обсяг експортно-імпортних операцій залишається істотно нижчим порівняно з дизайнерською продукцією. Водночас вони виконують важливу функцію збереження національної культурної спадщини та формування унікальної пропозиції українських креативних товарів на міжнародних ринках. Серед інших сегментів креативних індустрій особливої уваги заслуговує медійна діяльність, яка демонструвала найвищі темпи розвитку протягом досліджуваного періоду.

Окремий інтерес становить аналіз ринку креативних послуг. На відміну від креативних товарів, експорт креативних послуг характеризується значно вищими обсягами та перевищує експорт креативної товарної продукції більш ніж утричі. Така тенденція свідчить про поступову трансформацію структури креативної економіки України у напрямі розвитку інтелектуально містких послуг, пов'язаних із інформаційними технологіями, дизайном, маркетингом, рекламою, аудіовізуальним виробництвом та іншими видами діяльності, заснованими на знаннях і творчому потенціалі людського капіталу. Продукція та послуги вітчизняних креативних індустрій характеризуються суттєвим експортним потенціалом і поступово зміцнюють свої позиції на міжнародних ринках.

Для більш детального дослідження структурних змін у секторі було побудовано модель динаміки експорту та імпорту креативних послуг України за окремими видами діяльності (рис. 2.4 а, б). Отримані результати дозволяють оцінити особливості розвитку окремих сегментів креативної економіки, визначити найбільш конкурентоспроможні напрями та виявити перспективні сфери для подальшого нарощування експортного потенціалу країни.



а) з точки зору експорту



а) з точки зору імпорту

Рис. 2.4. Динаміка структури ринку креативних послуг України

Джерело: побудовано автором

Аналіз динаміки структури експорту та імпорту креативних послуг України у 2011–2025 рр. свідчить про суттєву трансформацію ринку в бік цифровізації. В експорті креативних послуг поступово зменшувалася частка НДДКР, аудіовізуальних та інформаційно-телекомунікаційних послуг, тоді як домінуючу позицію зайняли комп'ютерні послуги. Якщо на початку періоду

структура була більш диверсифікованою, то після 2015 р. експорт дедалі більше концентрувався навколо ІТ-компоненти. За даними НБУ, у 2011–2025 рр. експорт комп'ютерних послуг зріс із 404 млн дол. США до понад 6,4 млрд дол. США, що пояснює різке збільшення їхньої частки у структурі креативного експорту.

У період пандемії COVID-19 ця тенденція не лише не зупинилася, а й посилилася. У 2020–2021 рр. попит на цифрові сервіси, дистанційну роботу, програмне забезпечення та онлайн-комунікації стимулював зростання комп'ютерних послуг у структурі експорту. Водночас традиційні сегменти креативних індустрій, зокрема аудіовізуальні послуги та культурно-рекреаційні напрями, виявилися більш вразливими через карантинні обмеження, скорочення офлайн-активності та падіння міжнародної мобільності.

Після початку повномасштабної війни у 2022 р. структура експорту креативних послуг ще більше закріпилася як цифрово орієнтована. Попри загальні економічні ризики, релокацію бізнесу, втрату частини внутрішнього ринку та безпекові обмеження, комп'ютерні послуги зберегли провідну роль. Це свідчить про високу адаптивність українського ІТ-сектору, його інтегрованість у глобальні ринки та здатність працювати в умовах геополітичної нестабільності.

В імпорті креативних послуг спостерігається подібна, але менш експортно-орієнтована тенденція: частка комп'ютерних послуг також зростає, тоді як НДДКР та аудіовізуальні послуги поступово втрачають відносну вагу. Це може свідчити про зростання потреби українського ринку в цифрових продуктах, програмних рішеннях, онлайн-сервісах і технологічній інфраструктурі. Водночас зменшення частки окремих традиційних креативних сегментів відображає вплив кризових умов — спочатку пандемії, а згодом війни — на культурне виробництво, споживання контенту та міжнародний обмін креативними послугами.

Важливою особливістю зовнішньої торгівлі креативною продукцією України є її виражена орієнтація на європейський ринок. Саме країни Європи залишаються основними споживачами українських креативних товарів і послуг та формують ключовий напрям міжнародного співробітництва у цій сфері.

Незважаючи на достатньо широку географію експорту, український креативний сектор характеризується високою концентрацією поставок на європейському ринку. Близько 78 % експорту креативної продукції припадає на країни Європи, що свідчить про домінування західноєвропейського вектора зовнішньоекономічної діяльності. Найбільшими ринками збуту української креативної продукції є Німеччина, Франція, Італія, Данія, Білорусь та Молдова [37]. Поряд із цим спостерігається поступове посилення присутності української креативної продукції на ринках Азії. За останнє десятиліття частка азійського регіону в структурі експорту креативних товарів та послуг зросла більш ніж удвічі — з 10 % до 22 % [11]. Основними партнерами України в межах східного напрямку співробітництва виступають Казахстан, Азербайджан, Узбекистан, Китай та інші країни регіону, що створює можливості для диверсифікації ринків і зниження залежності від окремих географічних напрямів збуту.

Комплексний підхід до оцінювання креативної економіки запропоновано Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD). Відповідно до цієї методології рівень розвитку креативної економіки визначається на основі чотирьох груп показників. До першої групи належать базові економічні індикатори, зокрема частка креативних товарів і послуг у ВВП та рівень зайнятості у креативних індустріях. Друга група охоплює непрямі показники, що відображають мультиплікативний вплив креативних індустрій на інші сектори економіки. Третя група характеризує рівень поширення інноваційних та креативних продуктів у традиційних галузях господарства. Четверта група включає індикатори, які дозволяють оцінити вплив креативної економіки на якість життя населення, розвиток освіти, культури, охорони здоров'я та громадського простору.

Аналіз системи узагальнюючих показників дає можливість здійснювати комплексне оцінювання рівня розвитку креативної економіки країни, враховуючи її багатовимірний характер. Дані табл. 2.2 свідчать, що у 2018–2024 рр. інноваційна та інтелектуальна база розвитку креативних індустрій України зазнала суттєвого впливу зовнішніх кризових чинників — пандемії COVID-19 та повномасштабної війни. Найбільш помітним є скорочення кількості організацій,

які здійснювали дослідження і розробки: з 950 у 2018 р. до 616 у 2024 р. Це свідчить про звуження інституційної основи науково-інноваційної діяльності.

Сукупність зазначених показників дозволяє більш повно охарактеризувати потенціал креативної економіки та визначити перспективи її подальшого розвитку (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Деякі показники динаміки креативної економіки України

Показники	2018	2020	2022	2024
Кількість відвідувачів театрів, млн осіб	5,8	н/д	2,9	4
Витрати на наукові дослідження і розробки, млн грн	16 773,70	17 022,40	17 117,80	28 328,20
Частка витрат на наукові дослідження і розробки у ВВП, %	0,47	0,41	0,33	0,37
Кількість організацій, які здійснювали дослідження і розробки, од.	950	769	567	616
Кількість працівників, задіяних у виконанні ДіР, тис. осіб	88,1	78,9	53,2	63,8
Кількість дослідників, тис. осіб	57,6	51,4	36,1	42,7
Експорт ІТ-послуг, млрд дол. США	н/д	5,03	7,34	6,45
Місце України у Global Innovation Index	43	45	57	60

Джерело: узагальнено на основі [44].

Водночас витрати на наукові дослідження і розробки у номінальному вимірі зросли з 16 773,7 млн грн у 2018 р. до 28 328,2 млн грн у 2024 р. Проте частка таких витрат у ВВП залишалася низькою та навіть зменшилася з 0,47% у 2018 р. до 0,37% у 2024 р. Це означає, що зростання фінансування не забезпечило достатнього посилення наукоємності економіки. Негативною тенденцією є також зменшення кадрового потенціалу: кількість працівників, задіяних у виконанні ДіР, скоротилася з 88,1 тис. осіб у 2018 р. до 63,8 тис. осіб у 2024 р., а кількість дослідників — з 57,6 до 42,7 тис. осіб. Водночас порівняно з 2022 р. у 2024 р. спостерігається певне відновлення, що може свідчити про адаптацію наукового та інноваційного сектору до умов війни.

Позиція України у Global Innovation Index також погіршилася: з 43 місця у 2018 р. до 60 місця у 2024 р. Це відображає загальне послаблення інноваційної спроможності країни під впливом геополітичних викликів. Отже, розвиток ринків креативних індустрій в Україні відбувається в умовах скорочення

кадрової та інституційної бази, однак зберігає потенціал відновлення завдяки цифровізації, людському капіталу та зростанню ролі інтелектуальних продуктів..

Для оцінювання рівня креативного розвитку держав у міжнародній практиці широко застосовується концепція «3Т» (Technology, Talent, Tolerance), розроблена Р. Флоридою. В її основі лежить індекс глобальної креативності (Global Creativity Index, GCI), який використовується для порівняльного аналізу креативного потенціалу країн світу. Дана модель базується на припущенні, що високий рівень креативного розвитку забезпечується поєднанням трьох ключових складових: технологій, таланту та толерантності.

З метою більш детального розуміння методології оцінювання доцільно розглянути основні компоненти моделі Global Creativity Index та їх характеристику (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Складові моделі 3Ts оцінки креативної економіки

Параметр	Сутність	Підхід до обчислення
Т ₁ – Технологія.	Технологія є ключовим фактором економічного прогресу. Інноваційні винаходи та розробки у таких напрямках, як програмне забезпечення, робототехніка, біотехнології тощо роблять економіку більш ефективною, а суспільство більш продуктивним.	Технологічна спроможність оцінюється у моделі за показниками: витрати на дослідження та розробки, трудові ресурси, які задіяні в НДДКР, а також запатентовані інновації
Т ₂ – Талант.	Талант узагальнює поняття креативності людини, яка необхідна для економічного успіху.	Моделю вимірює «талант» країни як поєднання двох факторів: середнього рівня освіченості та відсотка трудових ресурсів, задіяних в креативних та суміжних із ними галузях, що фактично відображає частку креативного класу
Т ₃ – Толерантність.	Третій ключовий фактор моделі креативної економіки. Здатність розвивати обидва фактори, а саме талант та технологію, забезпечує відкритість до нових ідей та людей.	При цьому, толерантність вимірюється як функція двох змінних, заснована на дослідженнях щодо відкритості до етнічних, расових та нетрадиційних меншин

Примітка. Джерело: Сформовано автором на основі [45, 46, 47]

Індекс глобальної креативності (Global Creativity Index, GCI) є комплексним показником, що використовується для оцінювання потенціалу сталого розвитку та довгострокового процвітання країн на основі поєднання економічних, соціальних і культурних чинників. Методологія індексу базується на концепції «3Т».

Результати міжнародних досліджень свідчать про суттєві відмінності між країнами за окремими складовими моделі «3Т». Так, за рівнем технологічного розвитку провідні позиції посідають Фінляндія, Японія, Сполучені Штати Америки, Ізраїль та Швеція. Високі показники цих держав обумовлені значними обсягами інвестицій у дослідження та розробки, розвитком інноваційної інфраструктури та високою інтенсивністю впровадження новітніх технологій.

За показником розвитку креативного класу беззаперечними лідерами залишаються країни Північної Європи. Найвищі позиції займають Фінляндія та Швеція, тоді як Данія і Норвегія також входять до групи світових лідерів. Серед азійських країн особливо виділяється Сінгапур, який демонструє високий рівень концентрації творчого та інтелектуального потенціалу. Високі показники також характерні для Нової Зеландії, Австралії та Сполучених Штатів Америки.

За рівнем толерантності провідні позиції займають Канада, Ірландія, Нідерланди, Нова Зеландія та Австралія. Високий рівень відкритості суспільства, соціальної інклюзивності та сприйняття культурного різноманіття створює сприятливі умови для залучення талантів, розвитку інноваційної діяльності та формування креативного середовища.

Таким чином, високий рівень креативності держави визначається не лише її економічним потенціалом або технологічним розвитком, а й здатністю формувати сприятливе середовище для розвитку людського капіталу та творчої самореалізації. У сучасних умовах креативність дедалі більше розглядається як стратегічний ресурс економічного розвитку, оскільки саме вона забезпечує створення інноваційних продуктів, підвищення продуктивності праці, зміцнення конкурентних переваг підприємств і формування нових джерел економічного зростання.

2.2 Інтеграція креативних індустрій України в ринок ЄС та світу: аналіз позиціонування

Сучасна креативна економіка охоплює не лише сукупність інвестиційно привабливих креативних індустрій, а й виступає важливим чинником економічного зростання, інноваційного розвитку та соціальної трансформації суспільства. Її значення полягає у здатності генерувати додану вартість на основі знань, творчості, інтелектуального капіталу та культурних ресурсів. Водночас оцінювання рівня розвитку креативної економіки є складним завданням, оскільки вона поєднує економічні результати з соціальними, культурними та інституційними характеристиками, які важко виміряти за допомогою окремих кількісних показників. Одним із найбільш поширених інструментів комплексного оцінювання є Глобальний індекс креативності (Global Creativity Index, GCI). Найвищі значення індексу характерні для держав, які сформували ефективні інноваційні екосистеми та забезпечили сприятливі умови для розвитку творчого середовища. Зокрема, до групи світових лідерів належать Швеція, Сполучені Штати Америки та Фінляндія, значення індексу креативності яких становлять відповідно 0,92; 0,90 та 0,89. Серед країн Європи нижчі позиції у рейтингу займають Литва, Польща та Україна, для яких значення індексу становлять відповідно 0,48; 0,47 та 0,41. Водночас найнижчі показники серед досліджуваних країн світу зафіксовані у Пакистані, Індонезії та Камбоджі, де значення індексу становлять 0,05; 0,03 та 0,02 відповідно. Такі результати свідчать про наявність значних диспропорцій у розвитку креативного потенціалу, технологічної бази та інституційного середовища.

Водночас причини відставання або лідерства країн у сфері креативного розвитку не є універсальними та потребують індивідуального аналізу. Дослідження показують, що високий рівень розвитку окремих складових моделі «3Т» не завжди гарантує провідні позиції у загальному рейтингу креативності. Наприклад, Німеччина, незважаючи на високий рівень технологічного розвитку та входження до десятки світових лідерів за технологічною складовою, посідає нижчі позиції у загальному рейтингу через порівняно слабші результати за показниками таланту та толерантності. Подібна ситуація спостерігається також

у Швейцарії, Ізраїлі та Японії. Натомість такі країни, як Канада та Австралія, демонструють високі позиції у світовому рейтингу креативності значною мірою завдяки високому рівню соціальної відкритості, культурного різноманіття та толерантності, навіть за умов менш високих показників технологічного розвитку порівняно з провідними інноваційними економіками світу.

Таким чином, результати аналізу підтверджують, що формування конкурентоспроможної креативної економіки залежить від збалансованого розвитку всіх складових моделі «3Т» – технологій, таланту та толерантності. Саме поєднання інноваційного потенціалу, висококваліфікованого людського капіталу та сприятливого соціального середовища створює передумови для сталого економічного зростання та підвищення міжнародної конкурентоспроможності держави.

Проведене дослідження дозволило визначити найбільш характерні закономірності формування креативної економіки у світі та встановити взаємозв'язок між рівнем креативного розвитку країни, її макроекономічними показниками та ключовими факторами соціально-економічного прогресу.

Тенденція 1. Прагнення до екстенсивного збільшення обсягів ВВП не забезпечує відповідне зростання креативної економіки країни. Країни з високим рівнем креативної економіки здебільшого мають одні з найнижчих середньорічних темпів приросту ВВП (рис. 2.5).

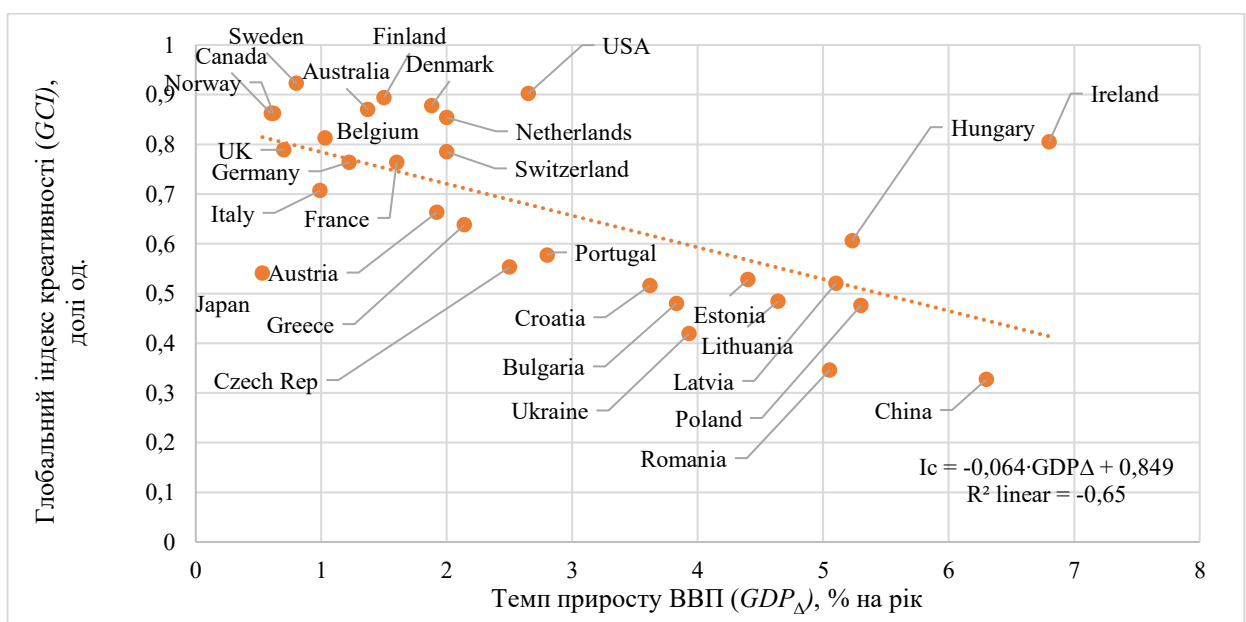


Рис. 2.5. Індекс креативності та ВВП країн світу

Примітка. Джерело: побудовано автором

Порівняння країн за глобальним індексом креативності та середньорічним приростом ВВП дозволяє виділити відразу 2 групи країн.

Група 1 (12 країн). Найбільш розвинуті країни Європи та Світу, які мають найбільші рівні розвитку креативної економіки ($GCI > 0,85$). Водночас, для них характерно порівняно низькі середньорічні темпи приросту обсягу ВВП ($GDP_{\Delta} < 2,5 \%$). При цьому простежується чіткий критерій їх об'єднання в єдину групу – це найвищий рівень інноваційності економік даних країн. Індекс інновацій $I_{inov} > 55$. Зазначимо, що на теперішній час найбільш інноваційними є Швейцарія, Нідерланди та Швеція з індексами інновацій 0,68; 0,64; 0,63 відповідно. Проведений аналіз свідчить, що для найбільш розвинених держав характерною є переорієнтація пріоритетів економічного розвитку від екстенсивного нарощування обсягів валового внутрішнього продукту до підвищення його якісних характеристик шляхом активізації інноваційної діяльності, розвитку високотехнологічних секторів та посилення креативної складової національної економіки.

Група 2 (8 країн). До цієї групи належать переважно країни пострадянського простору та Балтійського регіону, для яких характерними є відносно низькі показники інноваційного розвитку ($I_{inov} < 45$) та рівня креативності економіки ($GCI < 0,5$). Водночас зазначені держави демонструють одні з найвищих у Європі середньорічних темпів приросту валового внутрішнього продукту ($GDP_{\Delta} > 3,5 \%$), що свідчить про наявність позитивної динаміки економічного зростання за умов недостатнього рівня розвитку інноваційного та креативного потенціалу. Отримані результати свідчать, що високі темпи економічного зростання в зазначених країнах значною мірою забезпечуються за рахунок екстенсивного нарощування обсягів виробництва, тоді як потенціал креативного сектору, інноваційних технологій та науково-дослідної діяльності використовується недостатньо. Відповідно, економічне зростання відбувається переважно за рахунок кількісних, а не якісних чинників.

Тенденція 2. На сучасному етапі світового соціально-економічного розвитку простежується тісний взаємозв'язок між такими інтегральними характеристиками суспільного розвитку, як економічна свобода, рівень розвитку креативної економіки та соціальний прогрес. Зокрема, формування та ефективне

функціонування креативної економіки значною мірою залежить від рівня економічної свободи, що забезпечує сприятливі умови для підприємницької активності, інноваційної діяльності та реалізації творчого потенціалу суб'єктів господарювання. У свою чергу, розвиток креативного сектору сприяє підвищенню добробуту населення, розширенню можливостей самореалізації, покращенню якості життя та прискоренню соціального прогресу. Результати проведеного аналізу підтверджують наявність зазначених взаємозалежностей, що наочно відображено на побудованих графічних моделях (рис. 2.6).

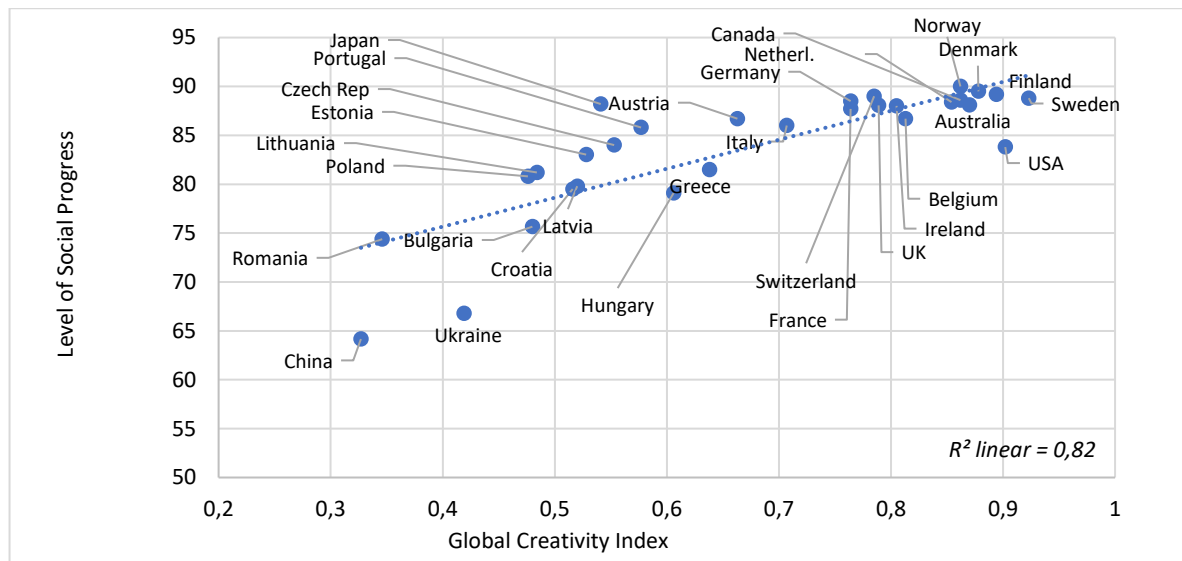


Рис. 2.6. Залежність глобального індексу креативності від соціально-економічних факторів

Джерело: побудовано автором

Отримані результати можуть бути пояснені впливом низки взаємопов'язаних чинників.

Економічна свобода розглядається як рівень відсутності надмірних адміністративних, регуляторних та інституційних обмежень щодо виробництва, розподілу та споживання товарів і послуг. Залежно від значення відповідного індексу країни поділяються на такі групи: економічно вільні (80–100 балів), переважно вільні (70–79 балів), помірно вільні (60–69 балів), переважно невольні (50–59 балів) та репресивні економіки (0–49 балів). Вказані інтервали були використані для інтерпретації результатів графічного аналізу (рис. 2.2 а).

Концепція економічної свободи базується на сукупності ключових складових, серед яких свобода підприємницької діяльності, торгівлі, інвестицій,

податкової політики, грошово-кредитних відносин, ринку праці, захисту прав власності, обмеження державного втручання в економічні процеси та протидія корупції. Сукупність зазначених чинників формує сприятливе інституційне середовище для розвитку підприємницької ініціативи, інноваційної активності та творчого потенціалу суспільства. За таких умов модель креативної економіки, що ґрунтується на взаємодії технологій, таланту та толерантності, отримує найбільш сприятливі передумови для ефективного функціонування та подальшого розвитку.

Варто зазначити, що більшість європейських держав орієнтовані на забезпечення високого рівня економічної свободи, що відповідає фундаментальним принципам розвитку Європейського Союзу. Це створює сприятливі умови для формування та зміцнення креативної економіки. Результати аналізу свідчать, що в країнах ЄС із високим рівнем економічної свободи (понад 70 балів) спостерігаються також високі значення Глобального індексу креативності ($GCI > 0,65$). Виняток становлять окремі країни Балтійського регіону, де рівень розвитку креативної економіки дещо відстає від темпів зростання економічної свободи. Проте наявні тенденції дозволяють прогнозувати поступове досягнення збалансованості між цими показниками.

Водночас розвиток креативної економіки безпосередньо пов'язаний із підвищенням рівня соціального прогресу суспільства (рис. 2.2 в). Соціальний прогрес є одним із найбільш комплексних індикаторів суспільного добробуту, оскільки характеризує не лише доступ населення до базових потреб, таких як освіта, охорона здоров'я та екологічна безпека, але й рівень можливостей для самореалізації особистості, розвитку людського потенціалу та свободи прийняття рішень.

Таким чином, соціальний прогрес можна розглядати як результат ефективного функціонування креативної економіки, яка забезпечує створення інноваційних товарів і послуг на засадах соціальної відповідальності, екологічної стійкості та раціонального використання ресурсів. Саме тому розвиток креативного сектору виступає важливою передумовою підвищення якості життя населення та досягнення цілей сталого соціально-економічного розвитку.

Тенденція 3. Важливим драйвером розвитку креативної економіки є зростання частки креативного класу в структурі зайнятості населення, насамперед за рахунок збільшення кількості фахівців, залучених до наукомістких галузей, науково-дослідної діяльності та розроблення інноваційних технологій.

Відповідно до концепції 3Т, однією з ключових складових креативності є технології, яким надається рівнозначне значення поряд із талантом і толерантністю. Проте результати проведеного аналізу свідчать, що на сучасному етапі розвитку світової економіки саме технологічний та інноваційний потенціал дедалі більше визначає рівень розвитку креативної економіки. Високотехнологічні рішення, інноваційні продукти та нові форми організації економічної діяльності виступають основою формування конкурентоспроможного креативного продукту та забезпечують довгострокові переваги на глобальному ринку.

Креативний продукт, який формується в умовах інноваційної економіки, є результатом діяльності креативного класу суспільства, що виступає ключовим джерелом генерації нових знань, технологій та управлінських рішень. Саме представники креативного класу значною мірою визначають траєкторію економічного, технологічного та соціального розвитку держави.

Хоча до складу креативного класу належать представники широкого спектра професійних груп, зокрема науковці, дослідники, митці, журналісти, дизайнери, архітектори та інші фахівці творчих і знанняєємних сфер, сучасні тенденції свідчать про особливу роль людського капіталу, задіяного у сфері досліджень і розробок (R&D). Саме працівники цього сектору безпосередньо забезпечують створення інноваційних технологій, нових продуктів, інтелектуальної власності, патентів та науково-технічних рішень, які формують основу креативної економіки та визначають її конкурентоспроможність у глобальному середовищі. Таким чином, розвиток науково-дослідного потенціалу та збільшення кількості фахівців у сфері R&D є однією з ключових передумов посилення креативного розвитку країни.

Цю думку підтверджують отримані нами результати дослідження (рис 2.3)

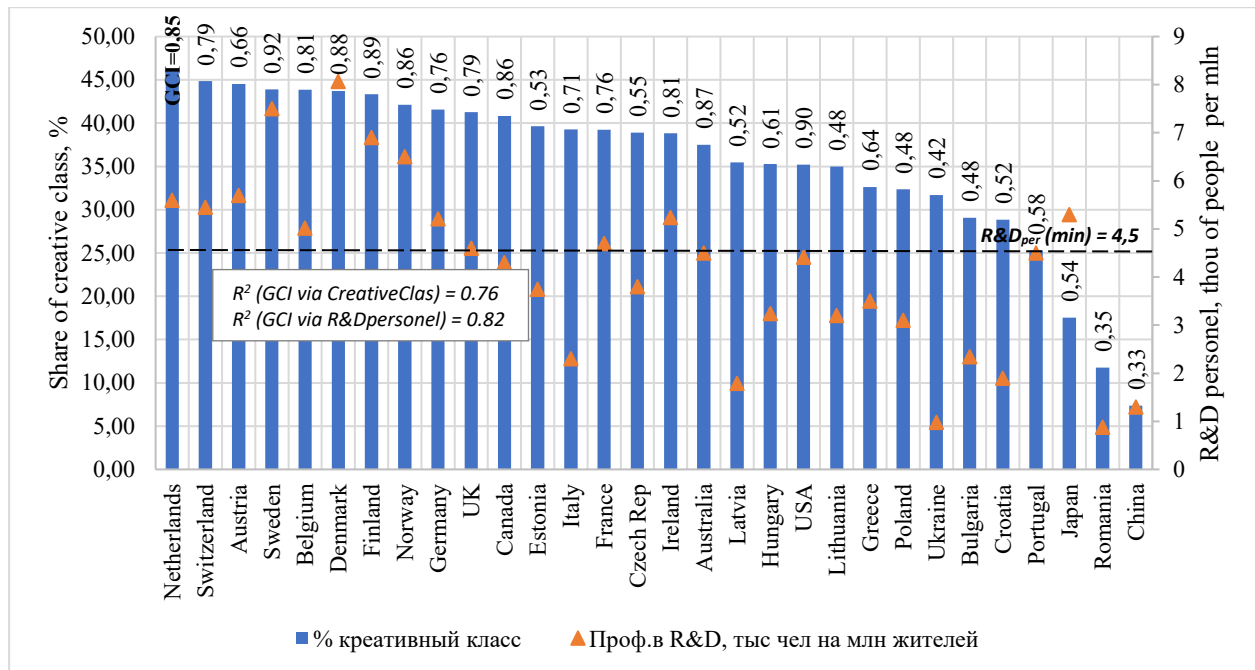


Рис.2.7. Залучення креативного класу та профі R&D на ринках креативних індустрій ЄС

Джерело: побудовано автором

До категорії професіоналів, зайнятих у сфері досліджень і розробок (R&D), належать фахівці, діяльність яких пов'язана зі створенням нових знань, продуктів, технологічних процесів, методів і систем, а також з управлінням відповідними науково-дослідними та інноваційними проектами. До цієї групи відносять науковців, дослідників, аспірантів та інших працівників, залучених до виконання науково-дослідних робіт [52].

Найбільш високі значення індексу креативності спостерігаються саме в тих країнах, де частка креативного класу та обсяг професіоналів в R&D найвищі. Виявлено чітку залежність між цими показниками навіть при виборі лінійного тренду, що дозволило побудувати моделі:

1) Значення Глобального індексу креативності країни (GCI) залежно від частки креативного класу в країні (C_{clas}): $GCI(C_{clas}) = 0,014 \cdot C_{clas} + 0,16$. При цьому $R^2=0,76$, похибка 11,9%. Критерії Фішера та Стюдента відповідають нормативним межах.

2) Значення Глобального індексу креативності країни (GCI) залежно від кількості професіоналів, задіяних в секторі R&D досліджень ($R\&D_{per}$): GCI

$(R\&D_{per}) = 0,08 \cdot R\&D_{per} + 0,34$. При цьому $R^2 = 0,82$, похибка 10,7%. Критерії Фішера та Стюдента відповідають нормативним межам.

Аналіз отриманих функціональних залежностей дає підстави стверджувати, що досягнення високого рівня розвитку креативної економіки, характерного для першої десятки країн світового рейтингу за індексом креативності ($GCI > 0,7$), потребує забезпечення частки креативного класу на рівні не менше 38,5 % від загальної чисельності зайнятого населення. Водночас чисельність фахівців, залучених до сфери досліджень і розробок (R&D), має становити щонайменше 4,5 тис. осіб у розрахунку на 1 млн населення.

Як свідчать дані, наведені на рисунку 3, досягнення зазначених параметрів наукового та інноваційного потенціалу залишається актуальним завданням для значної частини європейських країн, зокрема держав Балтії, Польщі, Румунії, Болгарії та України. За таких умов посилення державної підтримки наукової сфери, стимулювання дослідницької діяльності та розширення креативного кластеру можуть розглядатися як ключові чинники підвищення рівня розвитку креативної економіки та зміцнення конкурентоспроможності національних економік.

2.3 Визначення ринкових розривів на ринку креативних індустрій Україна-ЄС

З огляду на довготривалий курс України на європейську інтеграцію, розвиток креативної економіки набуває стратегічного значення, оскільки переважна більшість держав-членів ЄС характеризуються високими показниками креативного розвитку та входять до числа світових лідерів за рівнем креативності економіки.

Разом із тим сучасні позиції України у міжнародних рейтингах креативного розвитку залишаються недостатньо стійкими. За значенням Глобального індексу креативності Україна посідає 45 місце серед 139 країн із показником 0,53. У розрізі складових моделі 3Т позиції держави характеризуються такими значеннями: компонент «технології» — 34 місце,

«талант» — 27 місце, «толерантність» — 77 місце. Таким чином, Україна належить до групи європейських країн із порівняно низьким рівнем креативного розвитку, перебуваючи поряд із Румунією, Литвою та Болгарією за відповідними рейтинговими показниками.

При визначенні ключових «розривів» у рівні розвитку креативної економіки, усі показники доцільно розглянути у 3-х вимірах: міжнародні метрики; креативне середовище та, власне, отримані креативні результати.

. Водночас результати креативної діяльності доцільно оцінювати за такими основними напрямками:

1. **Креативні товари та послуги**, які виступають безпосереднім результатом функціонування креативних індустрій країни. До цієї групи належать показники розвитку медіаринку, видавничої діяльності, кінематографії, а також обсяги експорту креативних товарів і послуг та інші характеристики виробництва креативної продукції.
2. **Нематеріальні активи**, що охоплюють кількість і вартість торговельних марок, створених резидентами країни, обсяги промислового дизайну, а також розроблення нових бізнес-моделей та рішень у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.
3. **Онлайн-креативність** [51], яку розглядають як один із ключових результатів розвитку креативної економіки в умовах цифровізації. До цієї категорії належать кількість зареєстрованих доменів верхнього рівня, обсяги цифрового контенту, створеного національними авторами на провідних інтернет-платформах, а також розроблення мобільних застосунків та інших цифрових продуктів.
4. **Створення знань**, що характеризується кількістю та вартістю об'єктів інтелектуальної власності, зокрема патентів, ноу-хау, технологічних розробок, наукових публікацій і результатів досліджень, створених резидентами країни.

Зазначені показники (рис. 2.4) були використані в межах проведення GAP-аналізу. При цьому вихідною базою для оцінювання слугували фактичні значення відповідних індикаторів України. Для визначення ключових розривів, оцінювання їх масштабів та встановлення цільових орієнтирів було використано

аналогічні показники країн Європейського Союзу, що дало змогу сформувати бажані параметри розвитку креативної економіки та окреслити напрями їх досягнення.

Показники по окресленим країнам представлені у таблиці (табл. 2.4). Слід зазначити, що для проведення GAP-аналізу всі досліджувані показники були згруповані у відповідні вибірки та піддані процедурі нормалізації. Це забезпечило можливість їх коректного порівняння між собою, а також об'єктивного визначення масштабів наявних розривів між фактичними та цільовими значеннями.

Таблиця 2.4

Порівняння деяких показників України-ЄС

Показник / Країна	Швеція	Великобританія	Латвія	Польща	Україна
1	2	3	4	5	6
GCI (Індекс глобальної креативності)	0,923	0,789	0,52	0,476	0,419
Темп приросту ВВП/душу нас, % рік	0,8	0,7	5,1	5,3	3,93
ВВП, млрд дол	580	2 850	31	63	130
Показник економічної свободи, бали (100 макс)	76,3	78	73,6	68,5	52
Показник соціального прогресу, бали (100 макс)	88,8	88,06	79,8	80,8	66,78
Рівень інноваційності економіки, бали (100 макс)	63,08	60,13	43,18	41,67	38,52
Професіонали в R&D, тис чол на млн мешканців країни	7,5	4,6	1,79	3,1	0,98
Експорт креативних товарів на сервісів, % загальної торгівлі	2,9	4,9	4,6	5,5	0,6
Високотехнологічний експорт, % виробництва	14,4	22,6	20,3	10,6	5,4

Примітка. Джерело: побудовано на основі [11], [53]

Для більш ґрунтового виявлення причин відставання України у сфері креативної економіки додатково було проаналізовано показники, що характеризують креативне середовище та результати креативної діяльності.

Узагальнені результати оцінювання креативних результатів наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Показники прикладного розвитку ринку креативних індустрій

Показник	Од.виміру	Україна	Польща	Латвія	Британія	Швеція
Торгові марки, зареєстровані від країни	млрд дол ВВП	128,6	38,2	72,3	56,2	55,6
Індустріальний дизайн	млрд дол ВВП	13,4	4,8	3,5	7,9	4,1
Бізнес моделі ІКТ	Індекс	49,1	60,8	66,1	80,4	81,9
Онлайн креативність	бали (100 макс)	13,6	17,4	28,3	51,6	62,5
Домени найвищого рівня (TLD)	на тис. нас 15-69	4,5	6,9	9,5	60,7	43,2
Створення статей Wikipedia	на млн нас 15-69	31,1	34,3	99,7	69,3	106,6
Мобільні додатки, розроблені країною	млрд дол ВВП	24,3	13,8	10,9	25,9	64,2

Джерело: побудовано автором [45, 53]

Як свідчать результати проведеного аналізу, до стратегічних переваг України з позиції результативності креативної економіки належать сфери індустріального дизайну та розроблення мобільних застосунків. Саме за цими напрямками країна демонструє відносно сильні позиції та конкурентні переваги порівняно з іншими складовими креативного сектору.

Водночас за показниками розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури та рівнем онлайн-креативності Україна суттєво поступається більшості країн Європейського Союзу. Таке відставання обмежує можливості повноцінної інтеграції національних креативних індустрій у глобальний цифровий простір та стримує подальше зростання їх конкурентоспроможності.

Узагальнені результати проведеного GAP-аналізу та виявлені розриви між фактичними і цільовими значеннями ключових показників розвитку креативної економіки представлені у Додатку А.

Слід відмітити достатньо міцні позиції України в своїй групі за показниками індекс інновацій, частка креативного класу та рівень освіти, для яких відставання від Польщі та лідеру групи – Латвії є мінімальним і не перевищує 8%.

Відтак, Україна може спиратися на свої сильні напрямки при побудові стратегічної моделі розвитку креативної економіки в середньостроковій перспективі. Однак, у довгостроковому періоді, слід орієнтуватися на світових лідерів креативної економіки, для яких характерна значно більша частка креативного класу (мінімум 40%, в Україні 31%) та інноваційність економіки (вище 60, в Україні 38,5).

На жаль, значні «розриви» спостерігаються в Україні за такими важливими показниками, як кількість професіоналів R&D (68% відставання від Польщі, 79% від Великобританії); рівень інформаційно-комунікаційної інфраструктури ICT (29% гап із Польшею, 38% із Великобританією), а також легкість ведення бізнесу (гапи 22% та 29% відповідно) та прозорість інвестування (10% та 58% відповідно). Таке значне відставання в рівні інвестування є негативним наслідком неефективної політики захисту внутрішніх та зовнішніх інвесторів в Україні, низьким відсотком ринкової капіталізації 22% ВВП та несприятливого інвестиційного клімату у цілому.

Зазначимо, що значні розриви в кількості професіоналів R&D безумовно свідчать про негативні тенденції в розвитку креативної економіки, адже як показало дослідження, саме наукова складова людського потенціалу є драйвером креативних індустрій в країні.

Слід зазначити, що сформована карта креативних результатів характеризується певною диспропорційністю, однак дає змогу виявити загальні тенденції розвитку та визначити найбільш суттєві розриви між країнами. Аналіз побудованої діаграми свідчить про виразну орієнтацію Швеції, як одного зі світових лідерів креативної економіки, на досягнення результатів у сферах створення нематеріальних активів, генерації знань, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та онлайн-креативності. Для Великої Британії характерним є відносно збалансований розвиток усіх складових креативних

результатів. Натомість Польща та Латвія демонструють стратегічну орієнтацію насамперед на виробництво та експорт креативних товарів, хоча за іншими напрямками креативного розвитку поступаються країнам-лідерам.

Проведений аналіз дозволив визначити ключові напрями, за якими Україна демонструє найбільше відставання.

По-перше, обсяги виробництва креативних товарів і послуг в Україні є суттєво нижчими порівняно з європейськими країнами. Відповідний показник є приблизно на 67 % меншим, ніж у Польщі, та в середньому на 80 % нижчим порівняно з Латвією, Великою Британією та Швецією. Такі результати свідчать про відносно початковий етап розвитку креативних індустрій та недостатній рівень організації креативного виробництва. Аналогічна ситуація спостерігається і щодо експорту креативних товарів та послуг.

По-друге, значний розрив зафіксовано у сфері створення знань, де відставання України від досліджуваних країн становить від 35 до 75 %. Це проявляється у нижчих показниках генерації нових технологій, патентної активності, реєстрації об'єктів інтелектуальної власності та публікаційної результативності. Зокрема, середнє значення індексу Гірша (H-index) для України становить 15, тоді як для Польщі цей показник дорівнює 35, для Швеції — 59, а для Великої Британії — 100. Водночас таке відставання значною мірою пов'язане не лише з якістю наукових досліджень, а й з обмеженими можливостями їх міжнародного просування, інтеграції у світовий науковий простір та використання глобальних механізмів захисту інтелектуальної власності.

По-третє, суттєві диспропорції спостерігаються у сфері онлайн-креативності, значення якої постійно зростає в умовах цифрової трансформації економіки, розвитку концепцій Індустрії 4.0 та Інтернету речей. За відповідними показниками Україна поступається Польщі приблизно на 22 %, а Великій Британії — на 74 %. Основними проявами такого відставання є недостатній рівень розвитку національного цифрового контенту, обмежене просування власних доменів та онлайн-ресурсів на міжнародному рівні. Водночас важливою конкурентною перевагою України залишається високий рівень розвитку сфери мобільних застосунків, за яким країна демонструє відносно сильні позиції.

Висновки до розділу 2

Креативні індустрії в Україні перебувають на етапі становлення та характеризуються значним економічним потенціалом, що дає підстави розглядати креативний сектор як перспективний чинник розвитку національної економіки. Станом на сьогодні Україна посідає 45-те місце у світовому рейтингу креативних економік, що є нижчим за показники країн Європейського Союзу, проте відповідає середньому рівню держав СНД. Аналіз динаміки зовнішньої торгівлі свідчить про стале зростання торговельного балансу у сфері креативних послуг, що підтверджує їх значний експортний потенціал і дає підстави розглядати Україну як важливий центр ІТ-аутсорсингу на міжнародному ринку комп'ютерних послуг. Основними напрямками експорту української креативної продукції залишаються ринки країн Європи та СНД.

Креативна економіка відображає орієнтацію провідних держав світу на інноваційно-креативну модель розвитку, спрямовану на підвищення якості життя населення. У довгостроковій перспективі розвиток креативних індустрій, особливо наукомістких секторів, сприятиме зміцненню конкурентних позицій держави на міжнародному ринку шляхом просування креативної продукції, а також розвитку унікальних інноваційних технологій і моделей.

Приріст валового внутрішнього продукту не може розглядатися як визначальний індикатор розвитку креативної економіки. Для більшості високорозвинених країн Європейського Союзу та світу характерним є зміщення акцентів від кількісного нарощування обсягів виробництва до забезпечення його якісної та інноваційної складових. Підвищення рівня креативної економіки пов'язане не лише зі зростанням ВВП, а й зі збільшенням частки високотехнологічного виробництва, активним впровадженням інновацій, розвитком креативних кластерів та здійсненням національних наукових досліджень.

Розвиток креативної економіки значною мірою залежить від рівня економічної свободи суб'єктів господарювання, що, своєю чергою, позитивно впливає на соціальний прогрес суспільства. Встановлено тісний взаємозв'язок між економічною свободою, розвитком креативної економіки та рівнем соціального прогресу.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМАТИКА РОЗБУДОВИ РИНКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ

3.1 Планування розвитку креативних індустрій України за результатами SWOT аналізу

Дослідження, представлене у попередніх розділах бакалаврської роботи, дало змогу визначити ключові стратегічні можливості та обмеження розвитку креативної економіки України в сучасних умовах. Аналіз показав, що, попри негативний вплив пандемії COVID-19 у 2020–2022 рр. та повномасштабної війни після 2022 р., креативний сектор зберіг значний потенціал до адаптації, цифрової трансформації та інтеграції у міжнародний економічний простір.

По-перше, важливою стратегічною можливістю виступає процес децентралізації, який створює передумови для формування нової соціокультурної екосистеми на місцевому рівні. Реформа децентралізації сприяла передачі фінансових та управлінських повноважень громадам, що забезпечило розширення можливостей для розвитку локальних культурних ініціатив, модернізації інфраструктури та впровадження інструментів громадської участі. У 2020–2022 рр. значного поширення набули механізми партиципаторного бюджетування, громадських проєктів та електронних петицій, що сприяло активнішому залученню населення до процесів прийняття рішень на місцевому рівні. У 2024–2025 рр. процеси відновлення громад дедалі більше орієнтуються на використання креативних практик як інструменту соціально-економічного розвитку територій.

По-друге, суттєвим фактором розвитку креативної економіки є підтримка та популяризація національного культурного продукту. Формування суспільного запиту на продукцію з маркуванням «Зроблено в Україні» сприяє розширенню внутрішнього ринку культурних та креативних індустрій, стимулює розвиток локальних брендів і посилює національну культурну ідентичність. Особливої актуальності цей напрям набув у 2024–2025 рр., коли державна політика була

орієнтована на підтримку українського виробника та розширення експортного потенціалу національних товарів і послуг.

По-третє, важливою конкурентною перевагою України залишається розвиток стартап-екосистеми та високий рівень людського капіталу в ІТ-секторі. Саме ІТ-галузь сьогодні є одним із ключових драйверів креативної економіки. Незважаючи на пандемію та воєнні виклики, експорт ІТ-послуг демонстрував позитивну динаміку: у 2020 р. його обсяг становив близько 5 млрд дол. США, у 2021 р. перевищив 6,8 млрд дол. США, а у 2022 р. досяг історичного максимуму — 7,3 млрд дол. США. Станом на 2023 р. в Україні функціонувало понад 2 тис. ІТ-компаній, а чисельність ІТ-фахівців становила близько 346 тис. осіб. Частка ІТ-послуг у структурі українського експорту досягла 13,2 %, що забезпечило галузі друге місце після аграрного сектору.

Вагому роль у розвитку інноваційного підприємництва відіграють спеціалізовані інституції підтримки стартапів, зокрема Startup Ukraine та UNIT.City. Останній є першим інноваційним парком України та однією з найбільших платформ для розвитку технологічних, креативних і науково-дослідних проєктів у Центрально-Східній Європі. Його екосистема об'єднує освітні програми, акселератори, коворкінги, дослідницькі центри та інструменти залучення інвестицій.

По-четверте, важливим чинником розвитку креативного сектору є міжнародна мобільність населення та інтеграція України до європейського простору. До пандемії COVID-19 безвізовий режим сприяв активізації професійних контактів, обміну досвідом та участі українських фахівців у міжнародних освітніх і творчих програмах. Після послаблення карантинних обмежень та поглиблення євроінтеграційних процесів у 2023–2025 рр. міжнародна співпраця стала одним із ключових інструментів розвитку людського капіталу, трансферу знань та залучення інвестицій у креативні індустрії.

По-п'яте, значною стратегічною можливістю є посилення ролі громадянського суспільства у розвитку локальних спільнот та культурних ініціатив. Упродовж останніх років в Україні спостерігається активне зростання кількості громадських організацій, волонтерських об'єднань та локальних

культурних проєктів, які сприяють розвитку механізмів колективної участі, формуванню нових моделей лідерства та підвищенню рівня соціальної згуртованості. Особливо помітною ця тенденція стала після 2022 р., коли громадянське суспільство перетворилося на один із ключових факторів суспільної мобілізації, підтримки культурних проєктів та відновлення місцевих громад.

Результати дослідження, проведеного у попередніх розділах, свідчать про значний потенціал розвитку креативного сектору економіки України у міжнародному економічному просторі. Незважаючи на негативний вплив пандемії COVID-19 у 2020–2022 рр. та воєнні виклики, креативні індустрії продовжують демонструвати високий рівень адаптивності та здатність до інтеграції у світові ринки.

Україна залишається активним учасником міжнародної торгівлі товарами та послугами креативних індустрій. Основними напрямками експорту традиційно виступають країни Європи, на які припадає близько 78 % зовнішньоторговельного обороту креативної продукції, тоді як частка країн Азії становить близько 22 %. Найбільш конкурентоспроможними сегментами залишаються дизайн, видавнича діяльність та прикладне мистецтво [65]. За даними UNCTAD, протягом десятирічного періоду обсяг експорту товарів креативних індустрій України зріс із 238,7 млн дол. США до 768,3 млн дол. США, тобто більш ніж у 3,2 раза [11]. Водночас у період 2020–2022 рр. суттєво зросла роль цифрових креативних послуг, що стало наслідком пандемічних обмежень та прискореної цифровізації світової економіки.

Однією зі стратегічно важливих складових креативної економіки України є ІТ-індустрія, яка має виражену експортну спрямованість. Галузь демонструвала стабільне зростання навіть в умовах глобальної пандемії. Так, обсяг експорту комп'ютерних послуг у 2020 р. становив близько 5,0 млрд дол. США, у 2021 р. збільшився до 6,8 млрд дол. США, а у 2022 р. досяг рекордного значення – 7,34 млрд дол. США. Навіть в умовах воєнного стану ІТ-сектор забезпечував понад 12 % загального експорту послуг країни. У 2024 р. обсяг експорту ІТ-послуг оцінювався на рівні близько 6,4 млрд дол. США, а кількість спеціалістів галузі перевищувала 300 тис. осіб. Значний потенціал розвитку ІТ-ринку формують

технологічні та продуктові стартапи, які успішно залучають міжнародні інвестиції та укладають угоди з провідними транснаціональними корпораціями [56; 57]. Це створює передумови для перетворення ІТ-індустрії на одну з провідних експортоорієнтованих галузей економіки, здатну генерувати високотехнологічний продукт із високою доданою вартістю та забезпечувати конкурентні позиції України на глобальному ринку.

Вагомий потенціал має також медійний сектор креативної економіки, який охоплює телебачення, онлайн-медіа, продакшн, рекламну діяльність, PR-комунікації, радіомовлення, кінематографію та друковану пресу. Особливістю цього сегмента є його переважна орієнтація на внутрішнього споживача. У період пандемії COVID-19 відбулося суттєве зростання споживання цифрового контенту, а частка онлайн-реклами у структурі рекламного ринку перевищила 60 %. У 2024–2025 рр. подальший розвиток медійного ринку визначається поширенням цифрових платформ, стримінгових сервісів та зростанням попиту на український інформаційний і культурний контент.

Для України креативна економіка може стати важливою платформою розвитку малого та середнього підприємництва. Разом із тим одним із головних стримувальних факторів залишається обмежений доступ до фінансових ресурсів та інвестиційного капіталу [66]. У зв'язку з цим поряд із механізмами пільгового державного кредитування необхідним є впровадження комплексної політики розвитку інфраструктури підтримки креативного бізнесу. Йдеться про створення та розвиток креативних хабів, хакспейсів, коворкінгів, антикафе, бізнес-інкубаторів та акселераторів, які забезпечують підприємцям доступ до професійних мереж, консультаційних послуг, освітніх програм та джерел фінансування.

У регіональному вимірі важливим напрямом розвитку креативної економіки є модернізація культурної, освітньої та інноваційної інфраструктури. Розвиток закладів культури, інноваційно-виробничих комплексів, університетів, технологічних парків та цифрових сервісів сприятиме залученню представників креативного класу до підприємницької діяльності та стимулюватиме створення нових інноваційних продуктів і послуг [67].

Таким чином, для України характерна наявність комплексу сприятливих передумов для розвитку креативної економіки. До них належать концентрація фінансового капіталу та підприємницької активності в найбільш економічно розвинених регіонах, наявність значного освітнього потенціалу, сформованого розгалуженою мережею закладів вищої освіти, висока частка молодих кваліфікованих спеціалістів, різноманітність і динамізм міського середовища, а також відносно вищий рівень розвитку інфраструктури та інституційного забезпечення. Додатково слід відзначити позитивний вплив державних програм підтримки підприємництва та креативних індустрій, реалізація яких у 2024–2025 рр. створює нові можливості для зміцнення конкурентоспроможності креативного сектору та його інтеграції у світовий економічний простір.

Важливо зазначити, що останніми роками в Україні спостерігаються перші позитивні результати реалізації державної політики підтримки креативних індустрій, які формують додаткові можливості для розвитку креативного сектору економіки. Особливої актуальності такі заходи набули в умовах відновлення економіки після пандемії COVID-19 та в період воєнних викликів 2022–2025 рр. Серед найбільш вагомих досягнень доцільно виокремити такі [58; 59; 60; 68; 69]:

1. Розроблено та внесено на розгляд законодавчі ініціативи щодо формування економічних засад функціонування креативних індустрій, які передбачають нормативне закріплення поняття «суб'єкт креативних індустрій» та створення механізму надання спеціального правового статусу підприємствам сектору.
2. Створено Міжгалузову раду креативних індустрій як консультативно-дорадчий орган, покликаний забезпечувати координацію державної політики у сфері розвитку креативної економіки.
3. Засновано Федерацію асоціацій креативних індустрій, діяльність якої спрямована на консолідацію професійних спільнот, представництво інтересів учасників ринку та розвиток міжгалузової взаємодії.
4. Створено інформаційний вебпортал «Креативні індустрії України», який виконує функції комунікаційної платформи для суб'єктів креативного сектору. Щороку в електронному каталозі представлено близько 50

підприємств креативних індустрій, що сприяє популяризації їх діяльності та розширенню ділових контактів.

5. До освітніх програм впроваджено спеціалізовані модулі з креативного підприємництва та менеджменту, орієнтовані на розвиток компетентностей у сферах аудіовізуальної індустрії, дизайну та музичного бізнесу.
6. Удосконалено нормативно-правове забезпечення функціонування креативного сектору шляхом внесення змін до профільного законодавства, зокрема до Закону України «Про культуру» та Бюджетного кодексу України. Водночас сформовано пропозиції щодо запровадження податкових стимулів для суб'єктів креативних індустрій. Серед практичних інструментів підтримки особливе значення має система рібейтів для аудіовізуального сектору, а також спрощення процедур електронної комерції, удосконалення механізмів цифрових платежів та інтеграція їх до міжнародних платіжних систем.
7. Започатковано проведення міжнародних виставкових заходів, присвячених розвитку креативних індустрій, а також створено робочі групи з просування бренду українських товарів на міжнародних ринках. Після 2022 р. особливого значення набули програми міжнародної культурної дипломатії та підтримки експорту українських креативних продуктів.

Позитивний вплив зазначених заходів підтверджується статистичними показниками розвитку сектору. Так, у 2020–2021 рр. частка креативних індустрій у валовій доданій вартості економіки України оцінювалася на рівні близько 4 %, а чисельність зайнятих у креативному секторі перевищувала 350 тис. осіб. Попри скорочення економічної активності у 2022 р., вже у 2024–2025 рр. спостерігається поступове відновлення діяльності підприємств креативних індустрій, насамперед у сферах інформаційних технологій, дизайну, цифрових медіа, реклами та культурного підприємництва.

Водночас, незважаючи на досягнуті результати, розвиток креативного сектору України супроводжується низкою системних проблем, вирішення яких є необхідною умовою забезпечення його довгострокового зростання.

Загалом специфіка розвитку креативних індустрій в Україні полягає у тому, що, попри офіційне визнання креативної економіки одним із пріоритетних напрямів модернізації економічної системи, сам сектор досі представлений переважно підприємствами мікро-, малого та середнього бізнесу. Їх діяльність характеризується високим рівнем фрагментації між окремими сегментами креативних індустрій, що ускладнює формування єдиного економічного простору та ефективної системи державної підтримки. Додатковою проблемою залишається недостатня статистична база щодо структури зайнятості, обсягів виробництва та економічних результатів діяльності підприємств окремих креативних напрямів.

З іншого боку, розвиток креативного підприємництва стримується недостатнім рівнем взаємодії між основними зацікавленими сторонами. Відсутність ефективного тристороннього діалогу між громадою, бізнесом і владою, а також недостатня поінформованість суб'єктів господарювання щодо наявних програм підтримки суттєво обмежують можливості розвитку сектору [69]. У результаті сповільнюються процеси впровадження інновацій, зменшується ефективність використання державних і міжнародних ресурсів підтримки, а також ускладнюється реалізація ініціатив, спрямованих на створення нових креативних просторів, кластерів та інноваційних екосистем.

Отже, подальший розвиток креативної економіки України потребує не лише розширення фінансових інструментів підтримки, але й формування комплексної інституційної екосистеми, що забезпечуватиме ефективну взаємодію держави, бізнесу та громадянського суспільства, сприятиме розвитку людського капіталу та створенню сприятливого середовища для реалізації креативного потенціалу населення.

Однією з ключових перешкод розвитку креативних індустрій в Україні залишається недостатній рівень інноваційної активності бізнесу. Створення конкурентоспроможних креативних продуктів і послуг у сучасних умовах безпосередньо пов'язане із розробленням та впровадженням інновацій, цифрових технологій і нових бізнес-моделей. Водночас рівень інноваційної діяльності українських підприємств залишається суттєво нижчим порівняно з європейськими країнами.

Зокрема, за даними досліджень інноваційної активності підприємств, у 2020–2022 рр. частка інноваційно активних підприємств в Україні становила близько 15–18 %, тоді як середній показник у країнах Європейського Союзу перевищував 50 %. Крім того, витрати на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (R&D) в Україні у 2021 р. становили близько 0,43 % ВВП, що суттєво поступається середньому рівню ЄС, який перевищує 2,2 % ВВП. У 2024–2025 рр., попри активізацію цифрової трансформації бізнесу, проблема недостатнього рівня інноваційних інвестицій залишається актуальною.

Слід відзначити низьку інноваційну активність малого та середнього бізнесу України (МСП) порівняно з країнами ЄС (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

МСП як драйвер інноваційної складової ринку креативних індустрій

Показник	Україна	ЄС	Лаг відставання України, %
Дохід від ліцензій та патентів, реалізованих за межами країни, % від ВВП	0,2	0,7	-71,4
МСП бізнес, який активно впроваджує інновації, % від усього кластеру SME	18,7	28,7	-34,8
Інноваційні SME, що співпрацюють з іншими, % від усього кластеру SME	1,5	10,3	-85,4
МСП, які розробляють та впроваджують власні інноваційні продукти та сервіси, % від усього кластеру SME	7,4	30,6	-75,8

Примітка. Джерело: Сформовано на основі [61, 70]

Виявлені значні розриви між українськими та європейськими малими і середніми підприємствами свідчать про недостатнє використання інноваційних підходів до організації бізнес-процесів, управління знаннями, цифровізації та комерціалізації результатів творчої діяльності. Це негативно впливає на здатність підприємств створювати високотехнологічні креативні продукти, освоювати нові ринки та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

З огляду на зазначені проблеми доцільно виокремити основні напрями аналізу бар'єрів, які стримують розвиток креативних індустрій в Україні та обмежують реалізацію потенціалу креативної економіки (рис. 3.1).

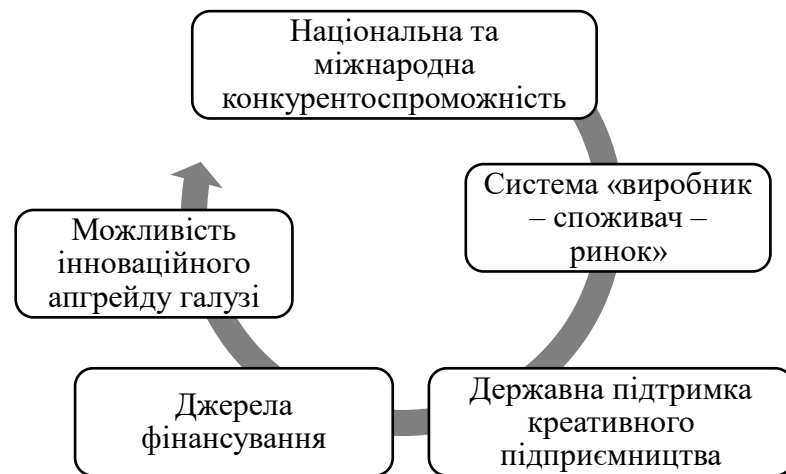


Рис. 3.1. Проблемні зони розвитку ринку креативних індустрій України

Примітка. Джерело: Сформовано на основі [59]

Розглянемо детальніше ключові бар'єри, які стримують розвиток креативних індустрій в Україні.

Бар'єр 1. Конкурентоспроможність продукції вітчизняних креативних індустрій на міжнародному ринку. Рівень конкурентоспроможності креативної продукції визначає можливості її просування на зовнішніх ринках та здатність забезпечувати стаке економічне зростання сектору. В умовах глобалізації конкуренція стимулює підвищення якості продукції, розвиток інновацій, посилення міжгалузевої кооперації та формування нових конкурентних переваг. Водночас для українських креативних індустрій характерна наявність низки обмежень.

1.1. Якість продукції та її відповідність вимогам міжнародного ринку. Однією з проблем залишається недостатня обізнаність виробників щодо сучасних тенденцій розвитку світових креативних індустрій та змін у споживчих уподобаннях. Це обмежує можливості адаптації продукції до вимог міжнародних ринків та знижує рівень її конкурентоспроможності. Крім того, відносно невисокий рівень внутрішнього попиту не створює достатніх стимулів для масштабування та вдосконалення креативних продуктів [59].

1.2. Цінове позиціонування продукції. Вартість продукції українських креативних підприємств у багатьох випадках залишається нижчою порівняно з аналогічною продукцією європейських виробників [56]. Хоча така ситуація може формувати короткострокову конкурентну перевагу, вона часто свідчить про недооцінку інтелектуальної складової продукту та недостатній розвиток брендингу. Однією з причин є дефіцит якісної аналітичної інформації щодо кон'юнктури ринку креативних індустрій та особливостей міжнародного ціноутворення.

1.3. Обмеження у сфері електронної комерції та міжнародних розрахунків. Незважаючи на суттєвий прогрес цифрової економіки, українські підприємства тривалий час стикалися з обмеженнями щодо використання міжнародних платіжних сервісів та інструментів електронної комерції [71]. Це ускладнювало вихід на глобальні ринки та змушувало частину виробників використовувати посередницькі канали збуту, що зменшувало прибутковість експортних операцій.

Бар'єр 2. Особливості функціонування системи «виробник – споживач – ринок» у креативній економіці. Цей бар'єр пов'язаний із характеристиками ринкового середовища, у якому функціонують суб'єкти креативних індустрій.

2.1. Обмежена інтеграція у міжнародні професійні мережі. Недостатня представленість українських організацій у міжнародних секторальних асоціаціях та професійних об'єднаннях обмежує можливості міжнародного просування креативної продукції та знижує рівень інтеграції до глобальних ринків [36].

2.2. Недостатній рівень міжнародного маркетингу та брендингу. Слабке позиціонування українських креативних продуктів на зовнішніх ринках негативно впливає на їх упізнаваність та конкурентоспроможність. Це обмежує можливості залучення нових споживачів та виходу на перспективні міжнародні ринки збуту.

2.3. Недостатній рівень кооперації між представниками креативного сектору.

Обмежена взаємодія між виробниками та постачальниками продукції різних

креативних індустрій зменшує можливості для створення спільних продуктів, реалізації міжгалузевих проєктів та формування додаткової доданої вартості.

2.4. Слабкі міжгалузеві зв'язки.

Недостатньо розвинена система взаємодії між креативними індустріями та суміжними сферами, зокрема туризмом, освітою, виробництвом і сферою послуг, уповільнює процеси інноваційного розвитку та обмежує можливості комерціалізації креативних продуктів.

Бар'єр 3. Недостатня ефективність державної підтримки креативного підприємництва.

Попри формування нормативно-правових засад розвитку креативної економіки, система державної підтримки потребує подальшого вдосконалення.

3.1. Податкові та регуляторні обмеження.

Для значної частини суб'єктів креативних індустрій, особливо стартапів та малих підприємств, чинна система оподаткування залишається складною та недостатньо стимулюючою [69]. Унаслідок цього частина діяльності продовжує здійснюватися поза офіційним сектором економіки.

3.2. Недостатня підтримка просування креативних продуктів.

Відсутність системної політики популяризації українських креативних індустрій як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках знижує ефективність реалізації експортного потенціалу сектору.

3.3. Недостатня узгодженість культурних та економічних пріоритетів.

На практиці часто виникає суперечність між культурною місією креативних індустрій та потребою забезпечення їх економічної ефективності. Це ускладнює розробку дієвих механізмів стимулювання підприємницької активності у секторі.

3.4. Обмеженість статистичної та аналітичної бази.

Недостатня кількість систематизованих статистичних даних щодо функціонування креативних індустрій ускладнює процес формування державної політики та оцінювання результативності програм підтримки [36].

Бар'єр 4. Недостатня готовність сектору до інноваційної трансформації. Сучасний розвиток креативної економіки безпосередньо залежить від рівня інноваційності суб'єктів господарювання.

4.1. Дефіцит професійних компетентностей. Недостатній рівень технічних, цифрових та професійних навичок обмежує можливості реалізації інноваційних проєктів та знижує продуктивність праці у креативному секторі [67].

4.2. Недостатній рівень управлінських компетентностей. Брак навичок стратегічного управління, маркетингу, фінансового планування та комунікацій негативно впливає на розвиток підприємств креативних індустрій і стримує їх масштабування [54].

4.3. Недосконалість системи захисту прав інтелектуальної власності. Захист результатів творчої діяльності залишається однією з найважливіших умов розвитку креативної економіки. Водночас окремі елементи національної системи охорони прав інтелектуальної власності все ще потребують подальшої гармонізації з міжнародними стандартами [44].

4.4. Недостатній розвиток інноваційної інфраструктури. Обмежена кількість бізнес-інкубаторів, акселераторів та центрів підтримки стартапів стримує комерціалізацію креативних ідей та уповільнює створення нових підприємств у секторі [72].

Бар'єр 5. Обмеженість джерел фінансування. Фінансове забезпечення залишається одним із найбільш критичних чинників розвитку креативних індустрій.

5.1. Недостатня інвестиційна привабливість сектору. Воєнні ризики, макроекономічна нестабільність та обмежені гарантії захисту інвесторів стримують надходження іноземних інвестицій у креативний сектор [70].

5.2. Обмежені обсяги фінансової підтримки. Недостатність грантових, кредитних та венчурних інструментів фінансування ускладнює реалізацію нових проєктів і знижує темпи розвитку підприємств креативних індустрій.

5.3. Недостатній розвиток механізмів рібейтів та стимулювання інвестицій. Наявні механізми фінансового стимулювання, зокрема система рібейтів у креативних індустріях, перебувають на стадії розвитку та поки що не забезпечують достатніх можливостей для реалізації масштабних проєктів [36].

5.4. Відсутність комплексної інвестиційної стратегії. Недостатньо системний підхід до залучення внутрішніх і зовнішніх інвесторів обмежує диверсифікацію джерел фінансування та підвищує залежність підприємств від окремих фінансових інструментів.

Отже, подолання зазначених бар'єрів потребує комплексного підходу, який поєднуватиме удосконалення державної політики, розвиток інноваційної інфраструктури, стимулювання інвестиційної активності та посилення міжнародної інтеграції українських креативних індустрій. У цьому контексті перспективним напрямом може стати розвиток партнерства між громадами, місцевим бізнесом та органами влади, а також створення креативних просторів, хабів і кластерів, здатних забезпечити концентрацію людського капіталу, ресурсів та інноваційних ідей на локальному рівні.

3.2 Стратегічні напрями розвитку креативних індустрій України у повоєнній перспективі

Проведений аналіз дозволяє обґрунтувати систему стратегічних напрямів розвитку креативної економіки України, які можуть стати основою формування національної моделі креативного розвитку в умовах післявоєнної трансформації економіки. Особливої актуальності зазначені напрями набувають у контексті наслідків повномасштабної війни, яка суттєво вплинула на функціонування креативних індустрій, але водночас сформувала нові можливості для їх модернізації, цифровізації та інтеграції до європейського економічного простору.

Напрямок 1. Підвищення прозорості бізнес-середовища та покращення інвестиційного клімату.

Однією з ключових передумов розвитку креативної економіки є формування сприятливого інституційного середовища для підприємницької діяльності. В умовах воєнного стану проблема залучення інвестицій набула особливої гостроти. За оцінками Світового банку, прямі іноземні інвестиції в Україну у 2022–2023 рр. суттєво скоротилися внаслідок безпекових ризиків та високого рівня невизначеності. Водночас досвід країн Центрально-Східної

Європи свідчить, що покращення показників прозорості державного управління, якості регуляторної політики та захисту прав власності безпосередньо впливає на розвиток креативного підприємництва.

Для досягнення рівня країн із середніми показниками розвитку креативної економіки, таких як Польща, Латвія або Чехія, Україні необхідно суттєво покращити показники інвестиційної привабливості, легкості ведення бізнесу, податкової ефективності та інституційної стабільності. В умовах післявоєнного відновлення саме креативні індустрії можуть стати одним із секторів швидкого економічного зростання завдяки відносно низькій капіталомісткості та високій доданій вартості продукції.

Напрямок 2. Розширення креативного класу та розвиток людського капіталу.

Вирішальним фактором конкурентоспроможності креативної економіки є якість людського капіталу. До початку повномасштабної війни частка представників креативного класу в Україні оцінювалася на рівні близько 31,7 % економічно активного населення. Водночас для країн із високими показниками інноваційного розвитку цей показник становить 40–45 %.

Особливої уваги потребує розвиток наукового потенціалу країни. За даними Державної служби статистики України, чисельність працівників, задіяних у сфері наукових досліджень і розробок, скоротилася з понад 79 тис. осіб у 2020 р. до близько 63 тис. осіб у 2023 р., що стало наслідком демографічних втрат, міграції населення та релокації наукових установ. Водночас післявоєнне відновлення вимагатиме значного збільшення кількості фахівців у сферах STEM, цифрових технологій, інженерії, штучного інтелекту та прикладних досліджень.

Реалізація	цього	напрямку	передбачає:
– стимулювання молоді до професійної діяльності у сферах науки, технологій та інновацій;			
– розвиток регіональних наукових центрів та інноваційних кластерів;			
– посилення співпраці між науковими установами та бізнесом;			
– удосконалення системи захисту інтелектуальної власності;			

— підвищення рівня академічної доброчесності та відкритості наукових результатів.

Напрям 3. Розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури.

Важливим чинником розвитку креативної економіки є рівень цифровізації суспільства. В умовах війни саме цифрова інфраструктура забезпечила безперервність роботи значної частини підприємств креативного сектору. За даними Міністерства цифрової трансформації України, у 2025 р. понад 21 млн громадян користуються цифровими державними сервісами через платформу «Дія». Рівень проникнення інтернету в Україні перевищує 80 %, що створює сприятливі умови для розвитку цифрових креативних індустрій.

Водночас порівняно з країнами Північної Європи зберігаються суттєві розриви щодо доступності цифрових технологій, цифрових компетентностей населення та ефективності електронного урядування. Тому пріоритетом має стати подальший розвиток цифрової інфраструктури, електронних сервісів, цифрової освіти та механізмів електронної взаємодії громадян із державою.

Напрям 4. Комплексна підтримка виробництва креативної продукції.

Повномасштабна війна суттєво вплинула на функціонування культурних і креативних індустрій. За оцінками ЮНЕСКО, станом на 2025 р. пошкоджено або зруйновано понад 500 об'єктів культурної спадщини та культурної інфраструктури України. Водночас саме креативний сектор став одним із найбільш адаптивних сегментів економіки завдяки можливості дистанційної роботи та використанню цифрових платформ.

Особливу роль відіграє ІТ-сектор, який залишається найбільшим експортним сегментом креативної економіки. Експорт комп'ютерних послуг зріс з 5,0 млрд дол. США у 2020 р. до рекордних 7,34 млрд дол. США у 2022 р. Навіть в умовах війни галузь забезпечувала понад 40 % експорту послуг країни та залишалася одним із головних джерел валютних надходжень.

Перспективними напрямками державної підтримки є:

- розвиток креативного підприємництва;
- підтримка національних брендів;
- створення мережі креативних хабів та інноваційних просторів;
- розширення грантових програм для культурних та креативних проєктів;

- залучення міжнародного досвіду управління культурними та науковими установами;
- стимулювання експорту української креативної продукції.

Враховуючи те, що світовий ринок креативних товарів і послуг продовжує демонструвати стабільне зростання, Україна має потенціал для суттєвого нарощування власної присутності на глобальних ринках після завершення війни.

Важливо підкреслити, що реалізація зазначених напрямів можлива лише за умови формування ефективної системи взаємодії між державою, бізнесом та представниками креативного класу. Саме розвиток партнерських відносин між цими групами створює передумови для формування інноваційної екосистеми, здатної забезпечити стійке економічне зростання та конкурентоспроможність України у міжнародному вимірі.

У цьому контексті чинна стратегія розвитку креативних індустрій України орієнтована насамперед на експортний розвиток сектору та передбачає консолідацію його учасників.

Першочерговою стратегічною ціллю визначено організацію та інституціоналізацію сектору креативних індустрій через формування професійних об'єднань, розвиток галузевих асоціацій та створення комунікаційних платформ для взаємодії учасників ринку.

Формування професійних мереж, які об'єднуватимуть підприємства, громадські організації, освітні установи та органи державної влади, є важливою передумовою консолідації сектору. В умовах післявоєнного відновлення такі мережі можуть стати ключовим механізмом координації спільних проєктів, залучення міжнародної технічної допомоги та інтеграції українських креативних індустрій до європейського економічного простору.

Стратегічна ціль 2. Адаптація та модернізація національної пропозиції товарів і послуг креативних індустрій, насамперед у пріоритетних підсекторах.

Досягнення цієї стратегічної цілі передбачає формування конкурентоспроможної пропозиції українських креативних продуктів і послуг відповідно до сучасних вимог внутрішнього та міжнародного ринків. Реалізація зазначеної цілі потребує виконання таких завдань:

- удосконалення технічних і професійних компетентностей через розвиток партнерства між закладами освіти та суб'єктами креативних індустрій;
- формування системи безперервного професійного навчання шляхом впровадження освітніх модулів, програм підвищення кваліфікації та спеціалізованих тренінгів;
- створення ефективних механізмів підтримки суб'єктів креативного підприємництва, орієнтованих на вихід на міжнародні ринки та розвиток експортної діяльності.

Повномасштабна війна суттєво вплинула на кадровий потенціал креативної економіки. Значна частина фахівців була змушена змінити місце проживання або релокувати бізнес за кордон. Водночас креативний сектор продемонстрував високий рівень адаптивності до кризових умов завдяки цифровому характеру багатьох видів діяльності. Особливо це стосується ІТ-сектору, дизайну, цифрового маркетингу, аудіовізуального виробництва та сфери створення цифрового контенту.

За даними IT Ukraine Association, у 2024 році в ІТ-індустрії України було зайнято понад 300 тис. спеціалістів, а експорт комп'ютерних послуг забезпечив близько 6,4 млрд дол. США валютних надходжень. Незважаючи на зниження порівняно з рекордними показниками 2022 року (7,34 млрд дол. США), галузь продовжує залишатися одним із найбільших експортних секторів української економіки.

У сучасних умовах творчий потенціал людського капіталу виступає основним фактором конкурентоспроможності креативних індустрій. Тому розвиток освіти, орієнтованої на потреби ринку, міжнародної академічної мобільності, програм професійного обміну та трансферу знань має стати одним із ключових пріоритетів державної політики.

Паралельно важливого значення набуває вдосконалення фінансових та інституційних механізмів підтримки сектору. Післявоєнна відбудова України створює унікальні можливості для розвитку нових бізнес-моделей у культурних, освітніх та наукових установах, які традиційно функціонували переважно за бюджетним принципом фінансування. З цією метою необхідно спростити податкові процедури для суб'єктів креативного підприємництва, удосконалити

систему грантової підтримки та створити сприятливі умови для розвитку стартапів.

Стратегічна ціль 3. Сприяння інтернаціоналізації та експортній орієнтації сектору креативних індустрій.

В умовах європейської інтеграції та післявоєнного економічного відновлення особливої актуальності набуває розширення міжнародної присутності українських креативних індустрій. Досягнення цієї цілі передбачає реалізацію таких завдань:

- удосконалення системи захисту прав інтелектуальної власності відповідно до стандартів Європейського Союзу;
- популяризацію культури захисту інтелектуальної власності серед підприємств, бізнес-асоціацій та громадськості;
- стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів креативного сектору;
- розширення участі України у міжнародних професійних мережах, асоціаціях, програмах і фондах підтримки креативних індустрій;
- формування єдиного бренду українських креативних продуктів на міжнародних ринках.

Попри негативні наслідки війни, експортний потенціал української креативної економіки залишається значним. За оцінками міжнародних організацій, до початку повномасштабного вторгнення креативні індустрії формували близько 4 % валового внутрішнього продукту України та забезпечували робочими місцями понад 350 тис. осіб. Водночас окремі сегменти креативної економіки, насамперед ІТ-послуги, дизайн, цифровий маркетинг, аудіовізуальне виробництво та розробка комп'ютерних ігор, продовжили функціонування навіть в умовах воєнних дій.

Особливого значення набуває посилення міжнародного позиціонування України як держави з високим рівнем творчого потенціалу. Війна значно підвищила міжнародну увагу до української культури, мистецтва та креативних продуктів. Це створює додаткові можливості для просування національних брендів, розвитку культурної дипломатії та формування позитивного іміджу держави на глобальному рівні.

Одним із перспективних напрямів є створення єдиного національного бренду українських креативних індустрій, який поєднуватиме культурну автентичність, інноваційність та сучасні технології. Такий підхід сприятиме підвищенню впізнаваності української продукції та зміцненню її конкурентних позицій на міжнародних ринках.

Водночас необхідною умовою довгострокового розвитку сектору є посилення науково-дослідної складової креативної економіки. За даними ЮНЕСКО та Світового банку, частка витрат на наукові дослідження та розробки в Україні залишається нижчою за 0,5 % ВВП, тоді як середній показник країн Європейського Союзу перевищує 2,2 %. Післявоєнна стратегія розвитку має передбачати поступове нарощування інвестицій у сферу R&D, цифрові технології, креативне підприємництво та інноваційну інфраструктуру.

Таким чином, модернізація креативних індустрій, розширення їх експортного потенціалу та інтеграція до глобального ринку повинні розглядатися як один із ключових інструментів післявоєнного відновлення України. Розвиток людського капіталу, цифрової економіки, інноваційної діяльності та міжнародної кооперації створюватиме передумови для формування конкурентоспроможної моделі креативної економіки європейського типу.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме активізації інноваційних процесів у національній економіці та створить передумови для формування конкурентоспроможного сектору креативних індустрій. Особливої актуальності зазначені напрями набувають в умовах повномасштабної війни, наслідком якої стало суттєве скорочення інвестиційної активності, руйнування частини виробничої та культурної інфраструктури, вимушена міграція висококваліфікованих кадрів і зростання ризиків ведення підприємницької діяльності. Водночас саме креативна економіка демонструє значний потенціал до адаптації та відновлення завдяки високій частці нематеріальних активів, розвитку цифрових технологій та можливостям дистанційної організації праці.

Таблиця 3.2

Планування розвитку інноваційного потенціалу креативного сектору
України

Заходи	Напрямки реалізації
Активізація інституційного механізму	Посилення захисту прав на інтелектуальну власність Застосування методів державно-приватного партнерства в інноваційно-технологічній сфері. Прийняття законодавства у сфері забезпечення мережевої структури організації високотехнологічного виробництва. Прийняття і реалізація нормативно-правової бази щодо забезпечення підприємницької діяльності в науковій і освітній сферах.
Координація елементів регіональних інноваційних екосистем	Мобілізація бізнес-сектору. Трансфер знань і комерціалізація технологій. Посилення регіональної влади в інноваційній сфері. Формування організаційних і технологічних платформ у високотехнологічних секторах виробництва та послуг.
Управління розвитком креативних секторів регіональної економіки	Заходи щодо формування нових високотехнологічних компаній у сферах креативних індустрій. Моніторинг і оцінка ступеня креативності економіки для розробки програми дій у цьому секторі. Просування експорту високотехнологічної продукції. Стимулювання креативної діяльності. Аутсорсинг високотехнологічної продукції та послуг.
Комерціалізація результатів наукових досліджень і розробок	Удосконалення системи аналізу й оцінки ефективності виконання досліджень. Стимулювання міжнародної наукової і технологічної співпраці. Розвиток інноваційної активності малих і середніх компаній.
Стимулювання інноваційної діяльності	Розвиток мотивації науково-дослідного персоналу. Підтримка інвестицій у культурні сектори економіки зі сторони бізнес- сектору через надання податкових пільг. Підвищення доступності венчурного капіталу для нових креативних компаній.
Розвиток людського потенціалу і кадрових ресурсів в інноваційному секторі	Збільшення чисельності молодих учених і підвищення рівня сучасних знань дослідників. Підвищення мобільності і відновлення дослідницького персоналу в передових секторах науки. Модернізація і розширення інноваційної інфраструктури в нових пріоритетних галузях досліджень. Активізація інноваційної діяльності на основі креативних кластерів, інноваційних пулів.

Джерело: [73]

Необхідність посилення інноваційної активності вітчизняного виробництва підтверджується результатами проведеного GAP-аналізу, який виявив суттєві відставання України від країн Європейського Союзу за показниками розвитку людського капіталу, науково-дослідної діяльності,

цифрової інфраструктури, експорту креативної продукції та інституційної підтримки креативного підприємництва. Зокрема, зберігається значний розрив у фінансуванні досліджень і розробок, рівні комерціалізації інновацій, кількості зайнятих у секторі R&D та масштабах експорту креативних товарів і послуг.

У контексті післявоєнного відновлення розвиток креативної економіки може стати одним із ключових інструментів структурної модернізації національної економіки. Світовий досвід свідчить, що креативні індустрії здатні забезпечувати високий рівень доданої вартості, стимулювати інноваційну діяльність, формувати нові робочі місця та сприяти підвищенню міжнародної конкурентоспроможності держави. Для України додатковою перевагою є значний людський потенціал, високий рівень цифровізації суспільства, розвиток ІТ-сектору та зростаючий міжнародний інтерес до української культури, мистецтва та креативних продуктів.

З огляду на наведені обґрунтування та враховуючи сучасні виклики й можливості розвитку креативного сектору в умовах воєнного стану та повоєнної реконструкції, складові стратегії розвитку креативної економіки України доцільно систематизувати у вигляді матриці стратегічних напрямів, цілей та інструментів реалізації, представленої у Додатку В.

Під час формування запропонованої стратегії було враховано положення рамкової стратегії ЮНЕСКО щодо розвитку креативної економіки, яка ґрунтується на таких ключових напрямках: удосконалення державної політики та механізмів адвокації діяльності професійних мереж і асоціацій у сфері креативних індустрій; зміцнення організаційного потенціалу шляхом розвитку системи освіти, професійної підготовки та навчання впродовж життя; підтримка діяльності бізнес-інкубаторів та акселераторів; створення креативних кластерів, хабів і центрів інноваційного розвитку; інтернаціоналізація сектору через його інтеграцію до глобальних ринків та міжнародних мереж співробітництва.

Особливої актуальності зазначені напрями набувають в умовах повномасштабної війни та майбутнього післявоєнного відновлення України. Воєнні дії спричинили суттєві втрати для культурної та креативної інфраструктури країни. За оцінками ЮНЕСКО, станом на 2025 рік в Україні було пошкоджено або зруйновано понад 500 об'єктів культурної спадщини та

культурної інфраструктури. Водночас креативний сектор продемонстрував високий рівень стійкості та адаптивності завдяки розвитку цифрових технологій, дистанційних форматів зайнятості та активній міжнародній підтримці українських культурних і творчих проєктів.

У контексті реалізації запропонованих заходів доцільно також враховувати положення дослідження Фарінї С. [36], у якому наголошується на необхідності подальшого розвитку професійних мереж та інституційної взаємодії між учасниками креативного сектору. Стратегічно важливими залишаються заходи щодо обміну знаннями та досвідом, формування інформаційних платформ і баз знань, розвитку нормотворчої діяльності, комунікації та адвокації інтересів креативних індустрій, а також підвищення рівня обізнаності щодо економічного потенціалу культурних і креативних індустрій у країнах Східного партнерства та Європейського Союзу.

В умовах післявоєнної реконструкції особливого значення набуває реалізація спільних програм розвитку людського капіталу, професійної мобільності та міжнародного співробітництва. Доцільним є розширення грантових програм для представників креативних індустрій, підтримка культурних і технологічних стартапів, а також створення платформ для презентації українських талантів, інноваційних розробок і креативних продуктів на міжнародному рівні.

З метою підвищення кваліфікації фахівців, стимулювання інноваційної діяльності та розвитку співпраці між наукою й бізнесом доцільно сформувати комплексну програму підтримки післядипломної освіти та науково-дослідної діяльності на стику інформаційних технологій, творчих індустрій і підприємництва. Такий підхід є особливо актуальним з огляду на необхідність відновлення наукового потенціалу країни, який зазнав суттєвих втрат унаслідок міграції висококваліфікованих кадрів та скорочення фінансування досліджень.

Важливим напрямом державної політики має стати розвиток співробітництва між університетами, науково-дослідними центрами, бізнес-інкубаторами та акселераторами. Формування інноваційних екосистем на базі закладів вищої освіти сприятиме проведенню експериментальних досліджень, тестуванню бізнес-моделей, комерціалізації результатів наукових досліджень та

залученню інвестицій до інноваційних проєктів. Особливо перспективними у цьому контексті є напрями штучного інтелекту, цифрового дизайну, медіатехнологій, кібербезпеки та креативного підприємництва.

Крім того, необхідним є проведення систематичних освітніх і просвітницьких заходів, спрямованих на підвищення рівня обізнаності органів місцевого самоврядування щодо ролі креативних індустрій у соціально-економічному розвитку територій. В умовах децентралізації саме громади дедалі частіше стають осередками формування локальних креативних екосистем, створення креативних просторів, культурних кластерів та інноваційних центрів розвитку підприємництва.

Доцільним є також посилення міжрегіональної взаємодії шляхом організації професійних форумів, галузевих конференцій, програм обміну досвідом та спеціалізованих заходів за участю представників місцевої влади, культурних інституцій, підприємців та громадських організацій. Такі заходи сприятимуть поширенню успішних практик розвитку креативних індустрій та формуванню єдиного національного середовища креативного підприємництва.

Окремого значення набуває формування ефективної зовнішньоекономічної політики розвитку креативної економіки. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України, Міністерство закордонних справ України та Міністерство економіки України мають забезпечити координацію заходів щодо міжнародного просування українських креативних продуктів і послуг. У сучасних умовах культурна дипломатія стає важливим інструментом формування позитивного міжнародного іміджу держави та розширення економічних можливостей для українських виробників.

Дипломатичні представництва, торговельно-економічні місії та експортно-кредитні інституції повинні активно сприяти популяризації сучасної української культури, мистецтва, інформаційних технологій, наукових розробок та інноваційних продуктів на міжнародних ринках. Поєднання культурної самобутності України з інноваційним потенціалом її економіки створює додаткові конкурентні переваги та сприяє зміцненню позицій країни у глобальному просторі.

У контексті післявоєнного відновлення особливо важливим завданням є формування системи підтримки залучення інвестицій до креативних індустрій, розвитку міжнародного партнерства та відкриття нових ринків збуту. Реалізація таких заходів сприятиме не лише відновленню постраждалих секторів економіки, але й формуванню сучасної інноваційної моделі розвитку України, в якій креативна економіка виступатиме одним із ключових драйверів економічного зростання та міжнародної конкурентоспроможності держави.

Висновки до розділу 3

Попри офіційне визнання креативної економіки одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку держави, сектор креативних індустрій України досі характеризується недостатнім рівнем структурованості та інституційної зрілості. Значна частина суб'єктів господарювання представлена мікро-, малими та середніми підприємствами, діяльність яких є фрагментованою та нерівномірно розподіленою між окремими сегментами креативних індустрій. Додатковим обмеженням виступає недостатній рівень статистичного забезпечення галузі, зокрема відсутність систематизованих даних щодо структури зайнятості, обсягів виробництва та економічних результатів діяльності суб'єктів креативного сектору.

Суттєвим стримувальним фактором розвитку креативної економіки залишається низька інноваційна активність підприємницького сектору. Формування конкурентоспроможних креативних продуктів та послуг безпосередньо залежить від рівня впровадження інноваційних рішень, цифрових технологій та результатів науково-дослідної діяльності. Порівняльний аналіз свідчить про наявність значного відставання українських малих і середніх підприємств від аналогічних суб'єктів господарювання країн Європейського Союзу за показниками інноваційної активності, цифрової трансформації та продуктивності праці. Зазначена ситуація додатково ускладнилася внаслідок повномасштабної війни, яка спричинила скорочення інвестицій, релокацію підприємств, руйнування виробничої та культурної інфраструктури, а також втрату частини людського капіталу через вимушену міграцію.

Проведене дослідження дозволило ідентифікувати основні бар'єри розвитку креативних індустрій в Україні. До них належать недостатній рівень міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної креативної продукції, що обумовлений проблемами забезпечення оптимального співвідношення між ціною та якістю, а також недостатнім розвитком механізмів комерціалізації результатів творчої діяльності; фрагментарність та недостатня ефективність державної підтримки креативного підприємництва; недостатній рівень готовності окремих галузей до інноваційної модернізації; обмежений доступ до фінансових ресурсів та вузька диверсифікація джерел фінансування.

З урахуванням виявлених проблем та сучасних викликів доцільно визначити такі стратегічні напрями розвитку креативної економіки України. Перший напрям передбачає комплексне підвищення прозорості бізнес-середовища, покращення інвестиційного клімату та розширення економічних свобод для суб'єктів господарювання. Другий напрям пов'язаний із розширенням креативного класу та людського капіталу. Третій напрям передбачає розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури та цифрової екосистеми. Четвертий напрям полягає у комплексній підтримці виробників креативної продукції та послуг.

Практична реалізація зазначених напрямів потребує розвитку креативного підприємництва, впровадження міжнародного досвіду управління інноваційними та культурними проєктами, підтримки національних торговельних марок, розширення доступу до фінансових ресурсів, а також створення національної мережі креативних кластерів, хабів та інноваційних центрів.

ВИСНОВКИ

За результатами виконання кваліфікаційної роботи сформульовано такі основні висновки.

На сучасному етапі креативна економіка розглядається як один із ключових драйверів соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможності держав у глобальному середовищі. Її сутність полягає у формуванні такого бізнес-середовища, в якому створення доданої вартості ґрунтується на знаннях, творчості, інноваціях, інтелектуальному капіталі та культурних ресурсах. Креативна економіка забезпечує створення і комерціалізацію культурних, мистецьких, цифрових та інноваційних продуктів і послуг, а також сприяє поширенню нових форм соціальної взаємодії та обміну знаннями.

Відповідно до підходів Організації Об'єднаних Націй, розвиток креативної економіки забезпечує подвійний ефект — економічний і соціокультурний. Основними перевагами виступають поєднання культурної та комерційної цінності результатів діяльності, сприяння досягненню Цілей сталого розвитку, підтримка культурного різноманіття, соціальної інтеграції та людського розвитку, а також стимулювання зростання суміжних галузей економіки, зокрема сфери послуг, торгівлі, туризму та інформаційних технологій.

Проведене дослідження підтвердило, що більшість економічно розвинених держав інтегрують розвиток креативних індустрій до національних стратегій економічного зростання. За даними міжнародних організацій, до пандемії COVID-19 глобальні креативні індустрії демонстрували середньорічні темпи зростання на рівні 7–8 %, а їхній внесок у світовий ВВП перевищував 3 %. Попри негативний вплив пандемії та подальші глобальні кризові явища, у 2024–2025 роках саме цифрові сегменти креативної економіки залишаються одними з найбільш динамічних секторів світового господарства.

У ході дослідження проаналізовано основні концептуальні підходи до структурування креативних індустрій, серед яких моделі UNCTAD, UNESCO, WIPO, британська модель DCMS, класифікація Джона Гокінса та модель концентричних кіл. Встановлено, що всі зазначені підходи включають до складу

креативних індустрій сфери культури та мистецтва, зокрема літературу, музику, дизайн, архітектуру, кінематограф та видавничу діяльність. Водночас лише окремі моделі відносять до креативних індустрій сферу досліджень і розробок (R&D), хоча саме вона є джерелом створення інновацій та об'єктів інтелектуальної власності.

Виявлено, що найбільш поширеними секторами креативної економіки у світі є реклама, архітектура, дизайн, кінематограф, цифрові технології, програмне забезпечення та декоративно-прикладне мистецтво. Водночас окремі країни формують власні спеціалізації на основі історичних, культурних та інституційних передумов. Так, Італія, Франція, Велика Британія та Японія досягли значних результатів у розвитку модної індустрії, культурного туризму, творчих ремесел та культурної спадщини.

Дослідження міжнародного досвіду дозволило встановити, що стратегії розвитку креативної економіки можуть реалізовуватися через підтримку креативного підприємництва, розвиток інфраструктури, фінансові та податкові стимули, створення креативних просторів, кластерів і хабів. Особливе значення має рамкова стратегія UNESCO, яка акцентує увагу на розвитку професійних мереж, підвищенні кваліфікації людського капіталу, підтримці інкубаторів та акселераторів, формуванні креативних кластерів і забезпеченні міжнародної інтеграції сектору.

У результаті проведеного аналізу встановлено низку закономірностей формування креативної економіки. По-перше, саме по собі зростання валового внутрішнього продукту не є визначальним чинником розвитку креативної економіки. Вирішальне значення мають структура економічного зростання, рівень технологічності виробництва, масштаби інноваційної діяльності та розвиток науково-дослідного сектору. По-друге, між рівнем економічної свободи, розвитком креативної економіки та соціальним прогресом існує стійкий позитивний взаємозв'язок. По-третє, критично важливим фактором виступає людський капітал, зокрема чисельність працівників, зайнятих у наукомістких галузях та сфері досліджень і розробок.

Встановлено, що розвиток креативної економіки України перебуває на етапі трансформації та структурного становлення. До початку повномасштабної

війни внесок креативних індустрій у валову додану вартість країни оцінювався на рівні близько 4 % ВВП, а чисельність зайнятих перевищувала 350 тис. осіб. У 2022 році сектор зазнав суттєвих втрат унаслідок руйнування інфраструктури, скорочення внутрішнього попиту, релокації підприємств та вимушеної міграції населення. За оцінками міжнародних організацій, збитки культурного сектору та культурної спадщини України вже вимірюються мільярдами доларів США.

Попри це, окремі сегменти креативної економіки продемонстрували високий рівень стійкості. Насамперед це стосується ІТ-індустрії, яка навіть в умовах війни залишилася одним із найбільших експортерів послуг. У 2022 році експорт комп'ютерних послуг досяг рекордних 7,3 млрд дол. США, а у 2024 році його обсяг залишався одним із найбільших серед усіх секторів послуг національної економіки. Це підтверджує значний потенціал цифрових креативних індустрій як одного з драйверів післявоєнного економічного відновлення України.

Проведений GAP-аналіз дозволив визначити основні розриви між Україною та країнами Європейського Союзу за показниками розвитку креативної економіки. Найбільше відставання спостерігається за рівнем економічної свободи, розвитком інноваційної інфраструктури, кількістю працівників у сфері R&D, масштабами виробництва та експорту креативних товарів і послуг, а також рівнем цифрової креативності. Водночас відносно сильними сторонами України залишаються рівень освіти, розвиток цифрових компетентностей населення, створення мобільних застосунків та високий потенціал людського капіталу.

Незважаючи на державне визнання креативної економіки одним із пріоритетних напрямів розвитку, сектор креативних індустрій характеризується недостатнім рівнем інституційної консолідації, фрагментарністю державної підтримки та низькою інноваційною активністю значної частини малого і середнього бізнесу. До основних бар'єрів розвитку належать недостатня міжнародна конкурентоспроможність креативної продукції, обмежений доступ до фінансових ресурсів, слабкий розвиток механізмів комерціалізації інновацій, недостатня кількість креативних кластерів та інноваційних центрів, а також проблеми із захистом прав інтелектуальної власності.

За результатами дослідження обґрунтовано чотири ключові стратегічні напрями розвитку креативної економіки України: підвищення рівня економічної свободи та покращення інвестиційного клімату; збільшення частки креативного класу та розвиток людського капіталу; модернізація інформаційно-комунікаційної інфраструктури; комплексна підтримка виробників креативної продукції та послуг. Реалізація зазначених напрямів потребує розвитку креативного підприємництва, масштабування інноваційної діяльності, створення мережі креативних хабів та кластерів, залучення інвестицій і поглиблення інтеграції до європейського економічного простору.

Важливого значення в умовах повоєнного відновлення набуває реалізація стратегічних цілей розвитку креативної економіки, серед яких: консолідація сектору креативних індустрій, модернізація та адаптація національної пропозиції креативних товарів і послуг, розширення експортної орієнтації та міжнародної інтеграції, а також розвиток вітчизняного креативного класу через нарощування наукового, інноваційного та цифрового потенціалу.

Таким чином, креативна економіка може стати одним із ключових драйверів структурної модернізації та післявоєнного відновлення України. Поєднання високого освітнього потенціалу населення, розвиненого ІТ-сектору, значного культурного капіталу та поступової інтеграції до європейського економічного простору створює необхідні передумови для формування конкурентоспроможної національної моделі креативного розвитку, заснованої на знаннях, інноваціях і творчості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Howkins J. The creative economy: How people make money from ideas. – Penguin UK, 2002.
2. The Department for Digital, Culture, Media & Sport. Веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Y8pe2Z> (дата звернення: 5.10.2020).
3. Hartley J., Wen W., Li H. S. Creative economy and culture: Challenges, changes and futures for the creative industries. – Sage, 2015.
4. Dosi G. Statistical regularities in the evolution of industries: a guide through some evidence and challenges for the theory. – LEM working paper series, 2005. – №. 2005/17.
5. Ucar E. Local creative culture and corporate innovation //Journal of Business Research. – 2018. – Т. 91. – С. 60-70.
6. Кліпкова О. І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектора в управлінні підприємством //Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. – 2015. – №. 2 (2). – С. 76-80.
7. Пакуліна А. А., Євсєєв А. С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України //Економіка і суспільство. – 2018. – №. 16. – С. 192-200.
8. Лэндри Ч. Творческий город //М.: Классика. – 2006. – Т. 21. – С. 399.
9. Зотова Л. Р. Креативный город: творческие индустрии и развитие городов //Креативная экономика. – 2015. – Т. 9. – №. 11.
10. Александрова Е. С. В гостях у Флориды: размышления над книгой «Креативный класс: люди, которые меняют будущее»(М., 2007) //Экономическая социология. – 2008. – Т. 9. – №. 1.
11. UNCTAD. Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries. Country Profiles //United Nations Conference on Trade and Development. – 2018.
12. Кириченко А. Ю. Концепція креативної економіки як складова інклюзивного розвитку //Інтернет-конференції ХНУМГ ім. ОМ Бекетова. – 2020.
13. Копійка Д. Концептуальні засади розвитку креативної економіки //Шевченківська весна 2018. – С. 109.
14. Florida R., Mellander C. Talent, skills, and urban economies //The new Oxford handbook of economic geography. – 2018.
15. O'Connor J. Resources of Hope? Creative Economy and Development in the Global South. – 2019.

16. The 10 Global Biggest Industries by Revenue / compiled by IBISWorld.
URL: <https://www.ibisworld.com/global/industry-trends/biggest-industries-by-revenue/> (дата звернення: 15.01.2021).
17. Hartley J. The Evolution of the creative industries : creative clusters, creative citizens and social URL: https://www.researchgate.net/publication/41016702_The_Evolution_of_the_creative_industries_creative_clusters_creative_citizens_and_social_network_markets_chuan_gyichanyedeyanhua_chuangyijiqunchuangyigongmin_shehuiwangluoshichangpublis hed_in_Chinese (дата звернення: 01.02.2021).
18. UNESCO. Creative Economy Report / special ed.by UNESCO. – 2015. – 190 p.
19. WIPO. How to Make a Living in the Creative Industries / ed.by World Intellectual Property Organisation. – 2017. – 200 p.
20. The creative industries definition from the UK Government's Department for Culture, Media and Sport. URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport> (дата звернення: 01.02.2021).
21. Crociata A. Measuring creative economies: Existing models & the DISCE Approach. DISCE Publications. – 2019. – 15 p. Published online: <https://disce.eu/wp-content/uploads/2019/12/DISCE-Report-D2.1.pdf> (дата звернення: 01.12.2020).
22. Dronyuk I., Moiseienko I., Greguš J. (2019). Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries. *Procedia. Computer Science*, 160, 479-484. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.061>.
23. Gremm J. et al. Knowledge economy and knowledge-based development // *Transitioning towards a knowledge society*. – Springer, Cham, 2018. – С. 69-74.
24. Карасьова Н. А. Досвід розвинених країн у сфері креативної економіки // *Бізнес-інформ*. – 2019 – Вип.10 – С.30-37
25. Thoring K. et al. Design principles for creative spaces // *DS 92: Proceedings of the DESIGN 2018 15th International Design Conference*. – 2018. – С. 1969-1980.
26. Thoring K., Desmet P., Badke-Schaub P. Creative environments for design education and practice: A typology of creative spaces // *Design Studies*. – 2018. – Т. 56. – С. 54-83.
27. UNESCO. Global Report “Re-Shaping Cultural policies”/ ed.by UNESCO. – 2018.
28. Popiel P. “Boundaryless” in the creative economy: assessing freelancing on Upwork // *Critical Studies in Media Communication*. – 2017. – Т. 34. – №. 3. – С. 220-233.

29. Чевганова В. Я., Введенська А. В., Заплава О. Ю. Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України //Економіка і суспільство. – 2018. – №. 19. – С. 680-688.
30. UNIDO. The creative ecosystem: Facilitating the development of creative industries / ed.by UNIDO. – 2015. – 89 p.
31. Мазуренко В. П., Копійка Д. В. Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки //Молодий вчений. – 2018. – №. 8 (1). – С. 200-205.
32. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій. Аналітичне дослідження UkraineNow. – К., 2019 – 51 с.
33. Мельничук О. та ін. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку - Львів: Кальварія, 2017.
34. The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs / ed.by TERA Consultants. - 2015.
35. Антонюк Л. та ін. Україна 2030: Біла книга економічної політики України до 2030 року: національний і регіональний виміри. – 2018
36. Farinha C. Developing cultural and creative industries in Ukraine //Retrieved from www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine.pdf. – 2018.
37. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як джерело зростання експорту //Економіка та держава. – 2019. – №. 12. – С. 19-23.
38. UNESCO, Cultural times: the First Global Map of Cultural and Creative Industries, 2015.
39. Das R. C., Mukherjee S. Do spending on R&D influence income? An enquiry on the World's leading economies and groups //Journal of the Knowledge Economy. – 2019. – С. 1-21.
40. Wills A. STRATEGIES FOR A CREATIVE ECONOMY / ed.by CIDA. – 2012. – 11 p.
41. Bazalgette P. Independent review of the creative industries //UK Government. – 2017.
42. UK Government's Department for Culture, Media and Sport, Creative Industries Mapping Document. - London, 1998, 2001.
43. Всесвітня організація інтелектуальної власності. Звіт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wipo.int/portal/en/index.html> (дата звернення: 01.12.2020)
44. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь — Київ., 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uaculture.org/wp->

content/uploads/2020/01/203377_analityna-dopovid-z-dodatkami_ekonomichna-pryvablyvist-ukrayinskoyi-kultury.pdf (дата звернення: 15.01.2020)

45. Martin Prosperity Institute. Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index. – 2017 URL: http://martinprosperity.org/wp-content/uploads/2011/10/Creativity-and-Prosperity_The-Global-Creativity-Index.pdf (дата звернення: 01.11.2020)

46. Калініченко Л. Л. и др. Креативна економіка як нова модель економічного розвитку // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2018. – С. 14-16.

47. Гринчук Ю. С., Коваль Н. В. Креативний потенціал України: аналіз, напрями розвитку. – 2020.

48. Castro V., Martins R. Government ideology and economic freedom // Journal of Comparative Economics. – 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2020.07.007>.

49. Index of Economic Freedom report/ Special Edition of Heritage Foundation. – 2019. URL: <https://www.heritage.org/index/about> (дата звернення: 01.10.2020)

50. Porter M. E., Stern S., Green M. Social progress index 2017. Social progress imperative/ -Washington, USA. – 2017.

51. Porter M. Social Progress Index. Executive Summery, - 2019/ URL: <https://www.socialprogress.org/assets/downloads/resources/2019/2019-Social-Progress-Index-executive-summary-v2.0.pdf> (дата звернення: 01.10.2020)

52. Batabyal A. A., Yoo S. J. Schumpeterian creative class competition, innovation policy, and regional economic growth // International review of economics & finance. – 2018. – Т. 55. – С. 86-97.

53. Dutta S., Lanvin B. Global Innovation Index 2019. – Cornell University, 2019.

54. Дилема українських талантів: як продати свої мізки найдорожче, не залишаючи каїни? // Дзеркало тижня. – №36. – 30 вересня 2017 р. – С. 7.

55. Lanvin B., Evans P. The global talent competitiveness index // INSEAD Business School, Adecco Group and Human Capital Leadership Institute. – 2016.

56. Чала Н. Д. Чи стануть креативні індустрії драйверами економічного зростання в Україні? // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. – 2018. – №. 3, вип. 1. – С. 115-119.

57. All You Need to Know about Ukrainian IT Outsourcingin. 2017 outlook/ ed.by N-iX. - 2017. URL: <https://www.n-ix.com/need-know-ukrainian-it-outsourcing-2017> (дата звернення: 01.10.2020)

58. Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017 – 2021 : веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4->

b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichno goRozvitkuTorgivli2017-2021 (дата звернення: 12.05.2019).

59. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій 2019-2023/ укл. Мін-во розвитку економіки, торгівлі та сільськ.госп-ва України. – 2020. – 51 с.

60. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265–р «Про затвердження видів господарської діяльності, які належать до креативних індустрій».

61. Тищенко В. Ф., Красна А. О. Інноваційна діяльність мсп як основа розвитку вітчизняної економіки // Інноваційна економіка. – 2019. – №. 5-6. – С. 68-74.

62. Бовсунівська І. В., Бутник О. О. Децентралізація в сфері культури: досвід ефективної реформи європейських країн для України //Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – №. 24. – С. 79-83.

63. Карп'як М. О. Формування креативних просторів та їх значення для економічного розвитку регіону в умовах децентралізації влади //Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – №. 3. – С. 139-142.

64. Довгань Л. Є., Козинець А. В. Розвиток ІТ-сфери: проблеми та шляхи вирішення в забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств //Актуальні проблеми економіки та управління. – 2018. – №. 12.

65. Синякова К. М. Перспективи розвитку креативних індустрій в Україні //Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних. – 2019. – С. 176.

66. Смакова Л. В. Особливості фінансування сучасних культурно-мистецьких проєктів в Україні: актуальні тенденції 2018-2020 pp // Ministry of education and science of ukraine mp drahomanov national university of pedagogy. – С. 94.

67. Сіренко Н. М., Мельник О. І., Баришевська І. В. Креативний клас у формуванні економіки знань //Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2018. – №. 1. – С. 45-54.

68. Руссанов О. В., Шацька З. Я. Перспективи розвитку креативної економіки в Україні //Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу. – Київський національний університет технологій та дизайну, 2020.

69. Гудима Л. О. Креативна економіка: світовий досвід та виклики для України в межах кризових перетворень //Бизнес Інформ. – 2020. – №. 5 (508).

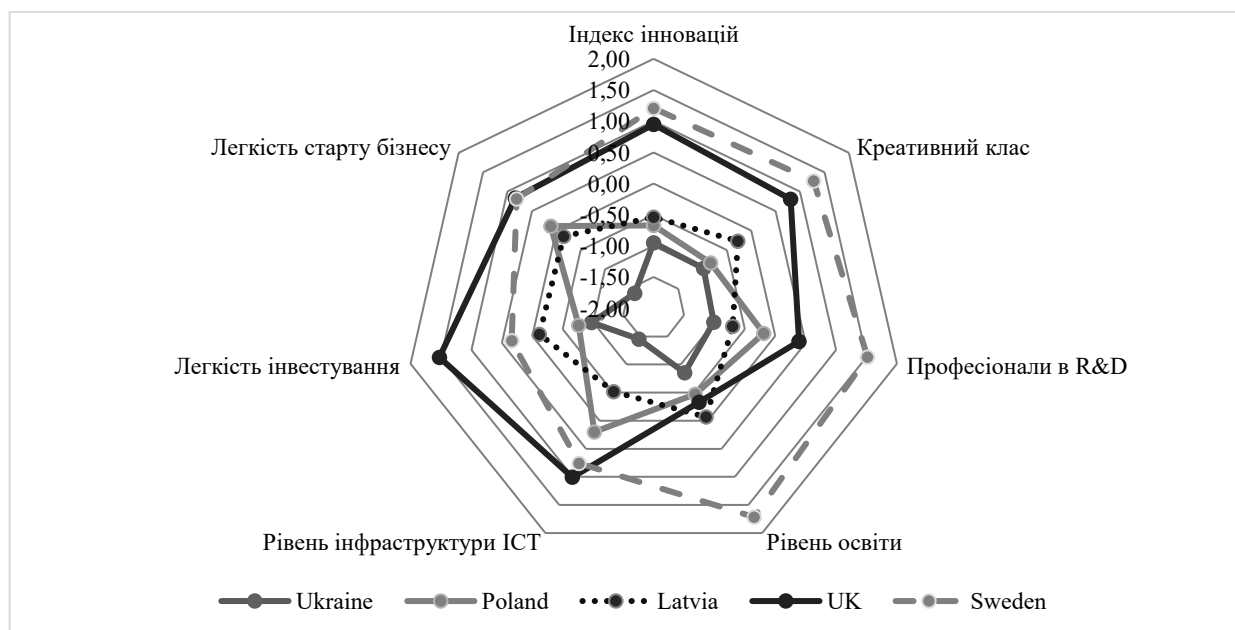
70. Казакова Н. А., Степаненко В. Д. Інноваційні інструменти фінансування малого та середнього бізнесу у глобальній економічній системі //Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2020. – №. 70-71.

71. Монаєнко А. Фінансово-правові проблеми інституційного розвитку платіжних систем в Україні //Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ. – 2020. – Т. 19. – №. 1. – С. 143-145.

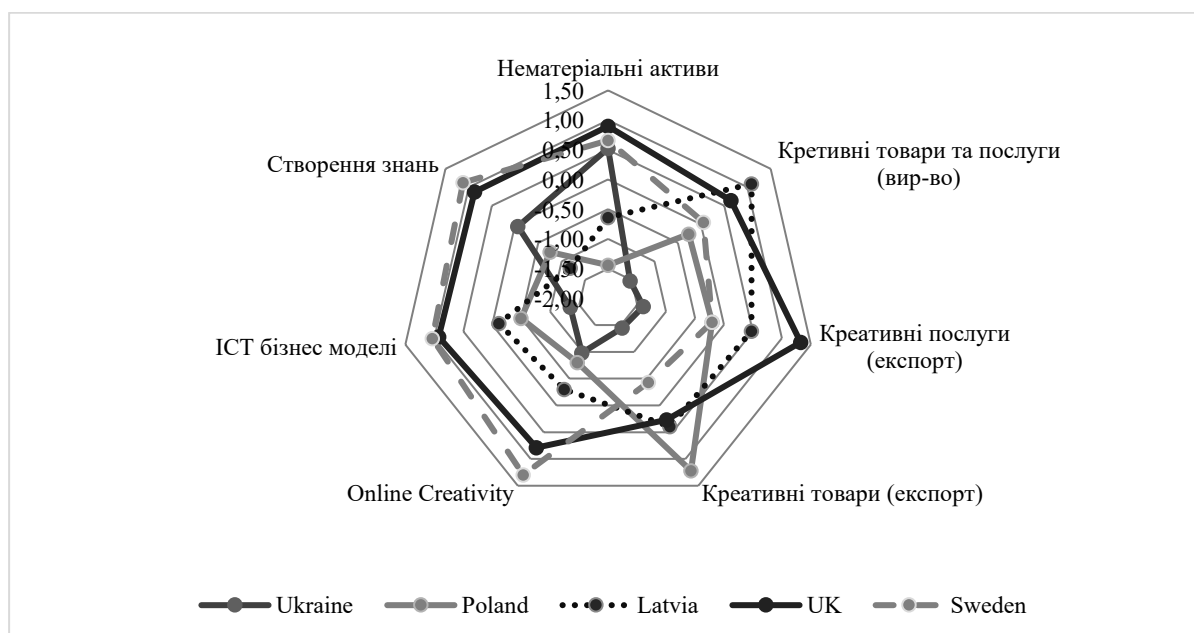
72. Литвин І. В. Екосистема стартап-підприємництва в Україні: історія створення та сучасність //Молодий вчений. – 2019. – №. 1 (2). – С. 476-482.

73. Давимука С. А., Федулова Л. І. Передумови формування та розвитку креативної економіки регіонів //Регіональна економіка. – 2016. – №. 1. – С. 12-21.

ДОДАТОК А



Креативне середовище (показники після нормалізації)



Креативні результати (показники після нормалізації)

ДОДАТОК Б

**SWOT-аналіз розвитку світових ринків креативних індустрій для України
з урахуванням впливу війни та перспектив відновлення**

Елемент SWOT	Ключові фактори з урахуванням війни та відновлення	Статистичне / аналітичне підтвердження	Стратегічне значення для розвитку світових ринків креативних індустрій
S — Сильні сторони	Висока адаптивність креативного сектору в умовах пандемії та повномасштабної війни	Попри кризові умови 2020–2025 рр., креативні індустрії України зберегли потенціал до цифровізації, експорту та міжнародної інтеграції	Підтверджує здатність сектору функціонувати в умовах глобальної нестабільності та формує основу для післявоєнного масштабування
	Потужний ІТ-сектор як цифрова основа креативної економіки	Експорт ІТ-послуг зріс із близько 5,0 млрд дол. США у 2020 р. до 7,34 млрд дол. США у 2022 р.; у 2024 р. становив близько 6,4–6,45 млрд дол. США; у І півріччі 2025 р. комп'ютерні послуги забезпечили понад 3,2 млрд дол. США експорту	Дає змогу розвивати цифровий дизайн, геймдев, аудіовізуальні продукти, онлайн-медіа, креативні платформи та експорт цифрових послуг
	Зростання міжнародної видимості української культури після 2022 р.	Український культурний продукт, мистецтво, музика, кіно, література, дизайн і медійний контент отримали вищу увагу на міжнародних ринках через культурну дипломатію та підтримку України	Посилює бренд України як країни стійкості, свободи, творчості та культурної самобутності
	Європейська орієнтація експорту креативної продукції	Близько 78 % зовнішньоторговельного обороту креативної продукції України припадає на країни Європи, близько 22 % — на країни Азії	Полегшує інтеграцію українських креативних індустрій у ринки ЄС, європейські креативні кластери та програми підтримки
	Наявність людського капіталу, стартап-екосистеми та цифрових компетентностей	В Україні функціонує понад 2 тис. ІТ-компаній, кількість фахівців галузі перевищує 300 тис. осіб; розвиваються UNIT.City, Startup Ukraine, акселератори, коворкінги, інноваційні парки	Створює передумови для виробництва продуктів із високою доданою вартістю та розвитку креативного підприємництва
	Досвід громадської мобілізації та волонтерської самоорганізації	Після 2022 р. громадянське суспільство стало важливим фактором підтримки культурних ініціатив, локальних проєктів і відновлення громад	Дає змогу поєднувати креативні індустрії з локальним розвитком, соціальною згуртованістю та культурною ревіталізацією

Елемент SWOT	Ключові фактори з урахуванням війни та відновлення	Статистичне / аналітичне підтвердження	Стратегічне значення для розвитку світових ринків креативних індустрій
W — Слабкі сторони	Руйнування культурної, освітньої та міської інфраструктури	Внаслідок війни пошкоджено сотні культурних об'єктів, частина музеїв, бібліотек, мистецьких просторів, закладів культури та міської інфраструктури втратили можливість повноцінно функціонувати	Зменшує матеріальну базу розвитку креативних індустрій, особливо в регіонах і прифронтових громадах
	Фрагментованість сектору та домінування мікро-, малого й середнього бізнесу	Креативний сектор України представлений переважно малими суб'єктами, між окремими сегментами бракує координації та єдиної системи підтримки	Ускладнює масштабування, експортну кооперацію, залучення інвестицій і просування на глобальні ринки
	Обмежений доступ до фінансування в умовах воєнної економіки	Для креативного бізнесу залишаються обмеженими кредитні, грантові, венчурні та інвестиційні інструменти; державні ресурси переважно спрямовуються на оборону й критичне відновлення	Знижує можливості для модернізації, міжнародного маркетингу, R&D, участі у виставках і масштабування продуктів
	Втрата частини людського капіталу через міграцію та мобілізаційні процеси	Війна спричинила переміщення фахівців усередині країни та за кордон, що вплинуло на кадрову сталість культурних, медійних, дизайнерських і технологічних сегментів	Посилює ризик дефіциту кадрів, розриву команд і втрати частини креативних компетентностей
	Недостатній рівень інноваційної активності бізнесу	Частка інноваційно активних підприємств в Україні у 2020–2022 рр. оцінювалася на рівні 15–18 %, тоді як у ЄС цей показник перевищував 50 %	Послаблює здатність українських креативних компаній конкурувати з високотехнологічними ринками ЄС, США та Азії
	Низькі витрати на R&D	Витрати України на дослідження і розробки становили близько 0,33–0,43 % ВВП, тоді як у ЄС цей показник перевищує 2 % ВВП	Обмежує розвиток технологічного дизайну, медіаінновацій, геймдеву, аудіовізуального виробництва та цифрових продуктів
	Недостатність статистичної бази щодо креативних індустрій	Бракує повних даних щодо зайнятості, доходів, експорту, продуктивності та внеску окремих сегментів креативних індустрій	Ускладнює формування доказової політики підтримки та оцінку ефективності відновлювальних програм
О — Можливості	Інтеграція креативних	Потреби відновлення України оцінюються у сотні мільярдів	Креативні індустрії можуть стати

Елемент SWOT	Ключові фактори з урахуванням війни та відновлення	Статистичне / аналітичне підтвердження	Стратегічне значення для розвитку світових ринків креативних індустрій
	індустрій у програми післявоєнного відновлення України	доларів США; відновлення громад потребує не лише фізичної реконструкції, а й культурної, освітньої, цифрової та соціальної ревіталізації	інструментом відновлення міст, розвитку громад, створення робочих місць і посилення локальної ідентичності
	Залучення міжнародної технічної допомоги, грантів і програм ЄС	Євроінтеграція відкриває доступ до європейських програм у сферах культури, цифровізації, освіти, підприємництва, інновацій і регіонального розвитку	Дає можливість фінансувати креативні хаби, резиденції, культурні проєкти, освітні програми та міжнародну промоцію
	Зростання світових ринків креативних товарів і послуг	Світовий експорт креативних послуг перевищує 1 трлн дол. США, а креативні товари залишаються важливим напрямом міжнародної торгівлі	Україна може нарощувати експорт цифрового контенту, дизайну, ІТ-рішень, аудіовізуальних продуктів, реклами, моди та прикладного мистецтва
	Розвиток культурної дипломатії та бренду України	Після 2022 р. українська культура стала одним із символів міжнародної підтримки, солідарності та боротьби за свободу	Відкриває нові можливості для просування українського кіно, музики, літератури, дизайну, моди, візуального мистецтва та цифрового контенту
	Цифровізація та поширення платформної економіки	Глобальні ринки дедалі більше спираються на онлайн-платформи, стримінг, цифровий маркетинг, генеративний ШІ, дистанційні команди та електронну комерцію	Дозволяє українським креативним компаніям виходити на міжнародні ринки навіть в умовах обмежень фізичної мобільності
	Розвиток креативних хабів у громадах як частини відновлення	Відновлення громад може включати створення коворкінгів, культурних центрів, інноваційних просторів, бізнес-інкубаторів, освітніх платформ	Формує нову інфраструктуру для малого бізнесу, молоді, переселенців, ветеранів і локальних креативних підприємців
	Переорієнтація частини бізнесу на експортні та цифрові моделі	Через скорочення внутрішнього попиту компанії активніше шукають зовнішні ринки, дистанційні формати роботи та цифрові канали продажу	Сприяє інтернаціоналізації українського креативного бізнесу та формуванню нових моделей доходу
Т — Загрози	Продовження війни та безпекові ризики	Воєнні дії, ракетні атаки, енергетичні ризики та загрози	Підвищує невизначеність, інвестиційні ризики та

Елемент SWOT	Ключові фактори з урахуванням війни та відновлення	Статистичне / аналітичне підтвердження	Стратегічне значення для розвитку світових ринків креативних індустрій
		для міст безпосередньо впливають на роботу бізнесу, культурних установ і креативних просторів	витрати на забезпечення безперервності діяльності
	Подальше руйнування культурної спадщини та інфраструктури	Пошкодження музеїв, бібліотек, театрів, пам'яток, історичних будівель і локальних культурних центрів може зростати в разі продовження війни	Ставить під загрозу матеріальну основу культурних індустрій і туристично-креативний потенціал територій
	Відтік кадрів і довгострокова демографічна криза	Тривала міграція, релокація, мобілізація та скорочення молодіжної аудиторії можуть зменшити кадрову базу сектору	Обмежує можливості для розвитку дизайну, медіа, культури, освіти, реклами, ІТ і креативного підприємництва
	Скорочення внутрішнього попиту на культурні й креативні продукти	Воєнна економіка, зниження доходів населення та переорієнтація витрат на базові потреби зменшують платоспроможний попит	Робить частину креативних бізнесів залежними від грантів, донорів або зовнішніх ринків
	Висока конкуренція на глобальних ринках	Розвинені країни домінують у креативних послугах, програмному забезпеченні, R&D, аудіовізуальному виробництві, дизайні та медіа	Українським компаніям складно конкурувати без інвестицій, сильного брендингу, ІР-захисту й міжнародного маркетингу
	Залежність від міжнародних цифрових платформ	Просування контенту часто залежить від алгоритмів, платформ, маркетплейсів і стримінгових сервісів	Створює ризики втрати контролю над монетизацією, аудиторією, авторськими правами та даними
	Технологічні виклики генеративного ШІ	ШІ змінює ринки дизайну, тексту, музики, реклами, відео та медіавиробництва	Може витіснити частину традиційних креативних послуг і потребує швидкої адаптації освіти, бізнес-моделей та правового регулювання

ДОДАТОК В

Логіка розвитку креативної економіки України

Етапи розвитку креативної економіки	I. Створення базису	II. Активний розвиток	III. Диверсифікація і масштабування
Напрямки стратегії			
1	2	3	4
1. Інституційна політика та законодавча підтримка КЕ	«Дорожня карта» програм розвитку КЕ;	Інтеграція програм розвитку КЕ з місцевими програмами економічного розвитку	Інтеграція стратегії КЕ у зовнішню політику України
	Підтвердження статусу та прав суб'єктів КЕ законодавчо.	Створення професійного Альянсу креативних індустрій в Україні	Створення відділу КЕ при міністерстві та науково-дослідного бюро КЕ за принципами збору аналітики по КЕ ЮНЕСКО, ООН.
	Програми підтримки вітчизняного виробника КЕ		
2. Інноваційна інфраструктура	Створення інтернет платформи обліку креативних індустрій (бізнес, громада, ФОП тощо)	Мапування креативних індустрій (ресурсів, об'єктів) на регіональному рівні	Створення власної рамкової моделі класифікації креативних індустрій (визначення національного «пакету» креативних секторів)
	Розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури	Формування мереж креативних просторів в регіонах	Розвиток національної системи креативних просторів (хабів)
	Створення креативних просторів	Створення креативних кластерів	Збільшення національного виробництва: креативних послуг (x 3) креативних товарів (x 10)
	Доступ до реалізації креативних проєктів в громадських місцях	Розбудова мережі бізнес акселераторів та бізнес інкубаторів (на базі ЗВО)	
3. Формування креативного класу держави (навички та компетентності)	Розробка програм з креативного підприємництва для населення	Активна взаємодія з університетами для формування спеціалістів з креативними навичками по секторах, яких не вистачає в регіоні	Формування інституту креативної економіки
	Просування ідей STEM освіти, креативного мислення тощо в школах	Прозорі та доступні програми державної підтримки науки	Включення навчальних програм з управління проєктами КЕ до курсів ЗВО
	Залучення молоді до наукової діяльності	Співпраця з бізнесом щодо наукових програм та інноваційних досліджень	

1	2	3	4
4. Фінансування та підтримка	Забезпечення доступу та заохочення діяльності бізнес акселераторів та бізнес інкубаторів	Запуск регіональних програм підтримки креативних проєктів та стартапів при співпраці влади та місцевого бізнесу	Створення та розвиток фонду культурних та креативних індустрій України
	Пошук партнерів для фінансової підтримки проєктів та програм податкової підтримки	Запуск платформи креативних ідей у сфері креативних індустрій	
5. Інтернаціоналізація	Програми просування бренду країни та національного креативного продукту	Ведення політики культурної дипломатії та міжнародних відносин	Розширення секторів креативних індустрій, представлених на зовнішньому ринку
	Участь у міжнародних програмах та заходах розвитку креативних індустрій	Активне членство у міжнародних асоціаціях з КЕ	Пошук міжнародних партнерів
		Включення вітчизняного бізнесу до реєстрів та платформ світового креативного виробництва	

Джерело: [73]

ЗГОДА здобувачки освіти Державного університету економіки і технологій про
перевірку кваліфікаційної роботи на прояви академічного плагіату
та розміщення в Репозитарії ДУЕТ

Я, **Нікітіна Валерія Миколаївна**, підтримую політику Державного університету економіки і технологій з академічної доброчесності і відкритого доступу. Стверджую, що кваліфікаційна бакалаврська робота **«Розвиток світових ринків креативних індустрій в умовах глобальних викликів»** виконана самостійно та не містить академічного плагіату. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Державного університету економіки і технологій ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення норм академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Також я поінформована, що відповідно до пункту 5.8 «Положення про Репозитарій (електронну базу даних) Державного університету економіки і технологій» згадана робота буде розміщена в Електронному архіві Університету (Репозитарії ДУЕТ) та ознайомена з умовами такого розміщення.

08.06.2026

В. НІКІТІНА